



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التسيير



أليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة  
الاقتصادية  
دراسة حالة (شركة سونطراك محطة الضخ\_شركة بولال )

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التسيير  
التخصص: ادارة الاعمال

الأستاذة المشرفة

د/ بن عيسى ريم

من اعداد الطالبتين:

- درداش زوينة
- بن عزوز كوثر

الموسم الجامعي: 2022/2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التسيير



## أليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة (شركة سونطراك محطة الضخ\_شركة بولال )

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التسيير  
التخصص: ادارة الاعمال

الأستاذة المشرفة

د/ بن عيسى ريم

من اعداد الطالبتين:

- درداش زوينة
- بن عزوز كوثر

الموسم الجامعي: 2022/2023



## شكر وعرفان

الحمد لله تعالى له الفضل و المني على توفيقني على  
اتمام هذا العمل من غير حول مني و لا قوة.  
كما أتقدم بالشكر و الاحترام الى الدكتور  
" ريم بن عيسى " على اشرافها على هذا البحث .

زوينة درداش

إهداء

الى روح اختي " صليحة " تغمدها الله بواسع  
رحمته و عطائه .

الى والديا الكريمين اطل الله في عمرهما .  
الى افراد عائلتي دون استثناء .  
الى كل زملائي و زميلاتي في العمل .  
الى كل الصديقات .

## شكر وعرفان

"ربي اوزمني ان اشكر نعمتك التي انعمت علي وعلى والدي وان اعمل صالحا ترضاه

وادخلني برحمتك في عبادك الصالحين"

سورة النمل الآية 19.

الشكرا والحمد اولا للمولى عز وجل حمدا يليق بعظمته وعظيم سلطانه وعلمو مقامه ان احاطني بعونه

وهده فيسر لي أمري ووفقني لهذا العمل.

اتقدم بجزيل الشكر والعرفان الى جميع اساتذة جامعة الشهيد حمة لخضر كلية العلوم الاقتصادية

والتسيير وعلوم التجارية الوادي على رأسهم الأستاذة المشرفة الدكتورة

" بن عيسى ريو " على مساعدتهما في اتمام هذا العمل وإلى جميع الطاقم الإداري لقسم علوم

التسيير على رأسهم رئيس قسم التسيير الأستاذ الدكتور " ربيع بوصبيع العايش "،

كما اتقدم بالشكر أيضا الى كل من ساعدني في اتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد

بن عزوز كوثر

## إهداء

الى كل من علمني حرفا في هذه الدنيا الفانية، الى ابي الغالي وأمي العزيزة وطلبت بدعائكم  
دعتم لي الخير كله، الى اختي الحبيبة حفظك الله ورحمك، الى اخي السند اوصاك الله طريق النجاح  
ومقتد الخير، الى زوجي الغالي شكرا على تحملك من اجلي شكرا لأنك اكملت الدور من ابي شكرا  
لأنك دائما كنت تدعمني ، الى ابني وروحي اصيل حفظك الله ورحمك بعينه التي لاتنام واراني  
فيك الله الخلف الصالح ورحم الله اخوتك التوأم جنة واحمد ليه نلتقي عند باب الجنة ان شاء الله  
، الى اولاد اختي عبد الرحمان ، آلاء الرحمان ومغفران ربكم المولى وحفظكم من كل سوء وجعلكم  
على درب النجاح تسيرون

الى كل عائلتي الواسعة كبارا وصغار، الى اصدقائي ومن احببتهم فاطمة

الزهراء، اميرة، نسرين، سميرة، صفوى، مروى، يسرى، نور، اية، هناء، ...

شكرا جميعا لمن كان له يد في وصولنا وتحقيق النجاح من بعيد او من قريب.

بن عزوز كوثر

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة الآليات التي تعتمدها المؤسسة الاقتصادية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية ، واعتمدنا في ذلك على المسح المستندي للكتب والمجلات والدراسات السابقة وتدعيمها ببرنامج SPSS V21 من أجل إجراء التحليل الاحصائي للبيانات المجمعة من الاستبيانات التي تم توزيعها على عينة الدراسة.

تم تطبيق هذه الدراسة على مستوى (مؤسسة محطة الضخ بسوناطراك \_ ومؤسسة بولال أولاد جلال) من خلال توزيع ( 123 ) استبانة على أفراد عينة الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة، مستخدمين بذلك مجموعة من الأساليب الإحصائية ( المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري و معامل Cronbach's alpha )، وتوصلت الدراسة الى وجود مجموعة من الآليات التي تعمل على تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية وتعتبر ثقافة المسير أحد اهم هذه الآليات.

الكلمات المفتاحية : آليات التفعيل، المؤسسة الاقتصادية ، المسؤولية اجتماعية، ، أطراف فاعلة .

## Abstact :

This study aimed to find out the mechanisms adopted by the economic institution in activating social responsibility, we relied on the documentary survey of books, magazines and previous studies And supporting it with the spss program for the statistical analysis of the data collected from the questionnaires that were distributed to the study sample.

This study was applied at the level of (the Pumping Station Corporation in Sonatrach - and the Bulal Corporation at djamaa) by distributing (123) questionnaires to the study sample, And testing the hypotheses of the study using a set of statistical methods (Arithmetic mean, standard deviation, and coefficient cronbachs alpha), The study concluded that there are a set of mechanisms that work to activate social responsibility in the economic enterprise The march culture is one of these mechanisms.

**Keywords:** activation mechanisms, economic enterprise, social responsibility, active parties



# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات:

الشكر

الاهداء

الملخص

| رقم الصفحة | العنوان                                                               |
|------------|-----------------------------------------------------------------------|
| أ          | مقدمة عامة                                                            |
|            | الفصل الأول: الإطار النظري: المسؤولية الاجتماعية و المؤسسة الاقتصادية |
| 5          | تمهيد الفصل                                                           |
| 6          | المبحث الأول: مفاهيم أساسية للمسؤولية الاجتماعية والمؤسسة الاقتصادية  |
| 6          | المطلب الأول: مفاهيم أساسية للمسؤولية الاجتماعية                      |
| 6          | اولا: التعاريف المختلفة للمسؤولية الاجتماعية                          |
| 7          | ثانيا: أبعاد المسؤولية الاجتماعية                                     |
| 8          | ثالثا: أهمية المسؤولية الاجتماعية                                     |
| 9          | المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسة الاقتصادية                   |
| 9          | اولا: تعريف المؤسسة الاقتصادية وخصائصها                               |
| 12         | ثانيا: أهداف المؤسسة الاقتصادية                                       |
| 14         | ثالثا: تصنيف المؤسسة الاقتصادية                                       |
| 19         | المبحث الثاني: علاقة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية         |
| 19         | المطلب الاول: المبادئ الأخلاقية في المؤسسة الاقتصادية                 |
| 21         | أولا: مفهوم أخلاقيات الاعمال                                          |
| 21         | ثانيا : أخلاقيات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية                        |

|    |                                                                         |
|----|-------------------------------------------------------------------------|
| 22 | ثالثا: الاطراف الفاعلة لتبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية |
| 25 | المبحث الثالث: الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها              |
| 25 | المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة                                      |
| 27 | المطلب الثاني: مناقشة الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية            |
| 28 | خلاصة الفصل                                                             |
|    | الفصل الثاني: دراسة الحالة                                              |
| 30 | تمهيد الفصل                                                             |
| 31 | المبحث الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية                      |
| 31 | المطلب الأول: اختيار مجتمع وعينة الدراسة                                |
| 31 | المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات                                       |
| 38 | المبحث الثاني: اختيار فرضيات الدراسة وتحليل النتائج                     |
| 38 | المطلب الأول: نتائج توزيع خصائص عينة الدراسة                            |
| 46 | المطلب الثاني: تحليل اختبار فرضيات الدراسة                              |
| 54 | خلاصة الفصل                                                             |
| 56 | خاتمة عامة                                                              |
| 61 | قائمة المراجع                                                           |
| 68 | قائمة الملاحق                                                           |

# قائمة الجداول

## قائمة الجداول:

| رقم الصفحة | عنوان الجدول                                                          | رقم الجدول |
|------------|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| 6          | المصطلحات المشابهة                                                    | 1-1        |
| 31         | مجتمع الدراسة                                                         | 2-2        |
| 32         | درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي                                | 3-2        |
| 35         | معامل الفا كروننباخ لاداة الدراسة                                     | 4-2        |
| 36-35      | الصدق الداخلي لعبارات المحور الاول ابعاد المسؤولية الاجتماعية         | 5-2        |
| 37         | الصدق الداخلي لعبارات المحور الثاني تبني المسؤولية الاجتماعية         | 6-2        |
| 38         | معامل بيرسون بين محاور الدراسة ومعدل عبارات الاستبيان الكلي           | 7-2        |
| 39         | توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس                                    | 8-2        |
| 39         | توزيع عينة حسب المستوى التعليمي                                       | 9-2        |
| 40         | توزيع عينة الدراسة حسب الاقدمية                                       | 10-2       |
| 41         | نتائج تحليل اجابات افراد عينة على عبارات البعد الاول للمحور الاول     | 11-2       |
| 42         | نتائج تحليل اجابات افراد عينة على عبارات البعد الثاني للمحور الاول    | 12-2       |
| 43         | نتائج تحليل اجابات افراد العينة على عبارات البعد الثالث للمحور الاول  | 13-2       |
| 44         | نتائج تحليل اجابات الافراد لعينة على عبارات البعد الرابع للمحور الاول | 14-2       |

|    |                                                                                        |      |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 45 | ترتيب الاهمية النسبية لابعاد المحور الاول                                              | 15-2 |
| 46 | اختيار التوزيع الطبيعي للبيانات                                                        | 16-2 |
| 47 | اختيار العينة (T) لعينة الواحدة لمقارنة متوسط الاجابات مع متوسط الفرضي (فرضية الاولى)  | 17-2 |
| 48 | اختيار العينة (T) لعينة الواحدة لمقارنة متوسط الاجابات مع متوسط الفرضي (فرضية الثانية) | 18-2 |
| 49 | اختيار العينة (T) لعينة الواحدة لمقارنة متوسط الاجابات مع متوسط الفرضي (فرضية الثالثة) | 19-2 |
| 50 | اختيار العينة (T) لعينة الواحدة لمقارنة متوسط الاجابات مع متوسط الفرضي (فرضية الرابعة) | 20-2 |
| 51 | معاملات الانحدار البسيط                                                                | 21-2 |

# قائمة الأشكال

قائمة الأشكال:

| رقم الشكل | اسم الشكل                                           | رقم الصفحة |
|-----------|-----------------------------------------------------|------------|
| 01        | مستويات الادارية                                    | 20         |
| 02        | التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس | 38         |
| 03        | توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي | 39         |
| 04        | توزيع اغراد عينة الدراسة حسب متغير الاقدمية         | 40         |
| 05        | ترتيب الاهمية نسبة لابعاد المسؤولية الاجتماعية      | 45         |
| 06        | ملخص اختيار فرضيات الدراسة                          | 51         |



# مقدمة عامة

تعتبر المؤسسة الاقتصادية الفاعل الرئيسي في الحياة الاقتصادية باعتبارها وحدة لإنتاج السلع و الخدمات و من جهة اخرى يعتبرها البعض منظمة اجتماعية تعمل في بيئة تتشابك فيها العلاقات مع عناصر المجتمع المختلفة، فمع تراجع دور الدولة في ظل العولمة و اقتصاد السوق أصبحت المؤسسات الاقتصادية مطالبة أكثر من اي وقت مضى بالمحافظة على البيئة التي تعمل فيها و المجتمع الذي تنتمي اليه، فبعد ظهور مفهوم مواطنة الشركات أصبح من الضروري اعادة النظر في العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية و الدولة و المجتمع و جهات أخرى من المجتمع أصبحت تشكل قوى ضاغطة يجب مراعاتها و تحقيق مطالبها مثل جمعيات حماية المستهلك و حماية البيئة، خاصة بعد وقوع حوادث مدمرة للبيئة و البشرية و بالتالي أصبحت المؤسسات الاقتصادية مطالبة ان تمارس أعمالها وفقا لمبادئ السلوك الاخلاقي و الذي يتم وضعه من قبل الادارة العليا أي أن القيادة تلعب دورا هاما في الحفاظ على القيم الاخلاقية و الاجتماعية المتعارف عليها، فعندما ترغب أي مؤسسة اقتصادية صياغة استراتيجيتها فعليها ان تأخذ المعايير و القيم الاخلاقية و الاجتماعية بعين الاعتبار، أي بداية الاهتمام بأخلاقيات الاعمال و المسؤولية الاجتماعية، حيث تنطلق المسؤولية الاجتماعية أساسا من القيم الاخلاقية بمعنى ان اخلاق المؤسسة الاقتصادية هي بداية الانطلاق نحو ممارسة و تبني المسؤولية الاجتماعية .

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية اكثر المفاهيم المستخدمة حديثا في الاوساط العلمية و الاكاديمية و حتى بالنسبة للمديرين في القطاعات المختلفة، لتذكير المؤسسات الاقتصادية بمسؤولياتها الاجتماعية و الاخلاقية، فالمؤسسات الاقتصادية اليوم بحاجة الى تبني و دمج المسؤولية الاجتماعية في نظامها الاداري، الا ان مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية مزال في بداياته و لم يصل الى ما وصلت اليه الدول المتقدمة، و منه لا بد من العمل على تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية بتكافل و تشارك كل الجهود من مختلف الاطراف المعنية بهذا التفعيل .

### اشكالية الدراسة:

يعتبر الدور الاجتماعي في المؤسسة الاقتصادية كجزء لا يتجزأ من سياستها العامة، حيث ادركت العديد من المؤسسات الاقتصادية في العالم دورها الاجتماعي خاصة الدول المتقدمة الا ان في المقابل نجد الدول النامية تتناسى دورها الاجتماعي، ويرجع ذلك لعدة اسباب من اهمها :

- غياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية .
- غياب الدعم و التحفيز على مستوى الدولة و الاطراف التي لها دور في تنظيم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

و عليه تبرز لنا معالم الاشكالية الرئيسية في طرح السؤال التالي :

**ما هي اليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ؟**

و تتفرع عن هذه الاشكالية الاسئلة التالية :

- هل اليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية مرتبطة بتطبيق ابعاد المسؤولية الاجتماعية ؟

- هل توجد علاقة بين اليات التفعيل و المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ؟

للإجابة عن هذه الاسئلة تم وضع الفرضيات التالية :

**فرضيات الدراسة:**

- يوجد تطبيق للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية من خلال ابعاد كارول الاربعة .

- توجد علاقة بين آليات التفعيل و تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية .

**مبررات اختيار موضوع الدراسة :**

يرجع اختيارنا لهذا الموضوع الى عدة اسباب من اهمها :

- هناك رغبة شخصية لدراسة هذا الموضوع .

- الرغبة في اضافة بحث جديد بإضافة جديدة الى قائمة البحوث المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية .

- محاولة ربط الجامعة الجزائرية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية لتقريب المفاهيم الحديثة و شرحها و التشجيع على ممارستها في ميدان العمل .

**أهداف الدراسة:**

- ان الهدف الاساسي لهذه الدراسة هو محاولة معرفة آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية باختلاف نشاطاتها العامة منها و الخاصة من وجهة نظر الافراد العاملين و من وجهة نظر الادارة العليا ( المديرين ) .

- التحقق من وجود علاقة تأثير لآليات التفعيل لتبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية .

- الخروج بنتائج و توصيات تفيد المؤسسات الاقتصادية و الدولة و المجتمع ككل .

## أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة الى ابراز الآليات المستخدمة من طرف المؤسسات الاقتصادية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية.

اضافة الى ان هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تناولت اهمية المشاركة الجماعية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، فهي مسؤولية الجميع و ليست مسؤولية طرف معين بذاته.

## حدود الدراسة:

تتمثل في الفترة الزمنية التي طبقت فيها الدراسة من شهر مارس الى غاية شهر ماي من سنة 2023.

وكانت هذه الدراسة على مستوى مجموعة من المؤسسات الاقتصادية و بالذات على مستوى الافراد العاملين (عينة الدراسة) و على مستوى الادارة العليا ( المديرين ).

## المنهجية و الادوات المستخدمة :

لدراسة هذا الموضوع تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري بالاعتماد على عدة مراجع ادبية ( الكتب، الرسائل الجامعية، الملتقيات الدولية و الوطنية، مواقع الانترنت ) اما في الجانب التطبيقي تم استعمال الاستبيان لجمع البيانات بالاضافة الى استعمال المقابلة مع عدد من مدراء المؤسسات الاقتصادية مجتمع الدراسة، والاعتماد على برنامج التحليل الاحصائي spss في تحليل البيانات المجمعة.

## هيكل وخطة الدراسة :

للإجابة عل الاشكالية المطروحة تم تقسيم الدراسة الى فصلين، فصل نظري و فصل تطبيقي ، حيث قسم الفصل النظري الى ثلاث مباحث رئيسية، فكان المبحث الاول بعنوان مفاهيم اساسية للمسؤولية الاجتماعية و المؤسسة الاقتصادية، اما المبحث الثاني فتطرقنا الى علاقة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية، اما المبحث الثالث فتطرقنا فيه الى الدراسات السابقة و موقع الدراسة الحالية منها. و في الفصل الثاني تم تقسيمه الى مبحثين، تناول المبحث الاول الطريقة و الادوات في جمع البيانات و معالجتها، اما المبحث الثاني فتضمن مناقشة نتائج الدراسة و تحليلها .

# الفصل الأول

## الاطار النظري

**تمهيد:**

من تعاريف المؤسسة الاقتصادية انها تعتبر نظاما مفتوحا على بيئة الاعمال التي تنشط فيها تتأثر و تؤثر بشكل مباشر بكل ما يحدث من تغيرات و متغيرات سياسية و اقتصادية و اجتماعية و من ابرز هذه المتغيرات التي ظهرت في الآونة الاخيرة و كثر الحديث عنها و اصبحت عنوانا للملتقيات و الدراسات و الابحاث مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية و الذي ارتبط بضرورة تذكير المؤسسات الاقتصادية بمسؤولياتها الاخلاقية و الاجتماعية و عدم تغليب الهدف الربحي على دورها الاجتماعي، و عليه سنتطرق من خلال هذا الفصل الى كل المفاهيم و الدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية و المؤسسة الاقتصادية و العلاقة التي تربط بينهما من خلال ثلاث مباحث اساسية.

**المبحث الأول: مفاهيم اساسية للمسؤولية الاجتماعية والمؤسسة الاقتصادية****المبحث الثاني: علاقة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية.****المبحث الثالث: الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية**

## المبحث الأول: المفاهيم الاساسية للمسؤولية الاجتماعية والمؤسسة الاقتصادية

يعتبر مصطلحي المسؤولية الاجتماعية و المؤسسة الاقتصادية من المصطلحات المتداولة اكايميا و قانونيا، الا ان في الواقع تستعمل عدة مصطلحات اخرى لها نفس المعنى و المفهوم لابد من التطرق اليها و التطرق الى بعض المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية و المؤسسة الاقتصادية في هذا المبحث، فلا بد لكل مهتم بموضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الالمام بهذه المفاهيم و المصطلحات.

و الجدول التالي يوضح بعض المصطلحات المتداولة :

الجدول رقم -11 : المصطلحات المشابهة

| المصطلحات المشابهة للمسؤولية الاجتماعية                                                                                           | المصطلحات المشابهة للمؤسسة الاقتصادية                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• مواطنة الشركات</li> <li>• الشركات الاخلاقية</li> <li>• الحوكمة الجيدة للشركات</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• المنظمة</li> <li>• الشركة</li> <li>• منظمات الاعمال</li> </ul> |

المصدر : من اعداد الطالبتان

## المطلب الأول: مفاهيم اساسية للمسؤولية الاجتماعية

من الصعب اعطاء مفهوم شامل و دقيق للمسؤولية الاجتماعية، لذلك تعددت تعاريف المسؤولية الاجتماعية من وجهات نظر مختلفة، و في هذا الاطار لابد ان نميز في المسؤولية الاجتماعية بين ابعادها و اهميتها.

### اولا : التعاريف المختلفة للمسؤولية الاجتماعية

سننترق الى التعريف المؤسسي للمسؤولية الاجتماعية.<sup>1</sup>

- **تعريف البنك الدولي :** عرف المسؤولية الاجتماعية على انها التزام قطاع الاعمال بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة، و بالعمل مع الموظفين و اسرهم و المجتمع المحلي عامة من اجل تحسين نوعية حياتهم بأساليب نقيده قطاع الاعمال و التنمية على السواء .

<sup>1</sup> سمير مصطفى ابو مدلة، محمود حسين عيسى، اليات تعزيز المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني، مجلة جامعة الازهر - غزة سلسلة العلوم الانسانية ، المجلد 18، العدد 2 ، 2016، ص 278 .

- **تعريف المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة :** عرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على انها التزام مؤسسات الاعمال المتواصل بالسلوك الاخلاقي، و المساهمة في التنمية الاقتصادية، و في الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة و اسرها فضلا عن المجتمعات المحلية و المجتمعات العامة .
- **تعريف الغرفة التجارية الدولية :** بانها التزام مؤسسات الاعمال الطوعي بإدارة انشطتها على نحو مسؤول .

و منه يمكن القول ان المسؤولية الاجتماعية هي ثقافة التزام طوعي اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه بسبب اعتبارات اخلاقية و اجتماعية.

#### ثانيا : ابعاد المسؤولية الاجتماعية

- **البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية<sup>1</sup>:** و تمثل مسؤوليات أساسية يجب أن تضطلع بها منظمات الأعمال، حيث إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بكلف معقولة ونوعيات جيدة ، وفي إطار هذه المسؤوليات تحقق المنظمة العوائد والأرباح الكافية بتعويض مختلفة مساهمات أصحاب رأس المال والعاملين وغيرهم .
- **البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية<sup>2</sup>:** ويقوم هذا البعد على أساس مبادئ حماية البيئة و السلامة المهنية والعدالة قوانين حماية المستهلك، و يحتوي على مجموعة كبيرة من العناصر يفترض أن تحترم من قبل المؤسسات وبالشكل الذي يعزز الارتقاء بالعلاقة مع المستهلك ومع العاملين وكذلك منع الإضرار بالبيئة .
- **البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية<sup>3</sup>:** بمعنى أن تكون المؤسسة مبنية علي أسس أخلاقية، و أن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وان تمتنع عن إيذاء الآخرين، فهذه السلوكات هي بمثابة أعراف وتقاليد وقيم متوارثة ومتجددة بذات الوقت، وتعمل جنبا إلى جنب مع أبعاد القانونية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية .

<sup>1</sup> ليث الربيعي، أخلاقيات التسويق و المسؤولية الاجتماعية، المؤتمر الثالث للمسؤولية الاجتماعية حول : شركات و مؤسسات الأعمال و التنمية المستدامة ، عمان - الأردن ، 5-6 مايو سنة 2010.

<sup>2</sup> محمد قوجيل، احمد سلامي، العوامل المؤثرة على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية، مجمع مداخلات الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، الطبعة الثالثة، أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر يومي 27-28 نوفمبر سنة 2017، ص 489

<sup>3</sup> خالد قاشي، رمزي بدرجة، مرجع سبق ذكره، ص38-39 .



■ **البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية<sup>1</sup>:** يرتبط هذا البعد بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام، وما يتفرع ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس ونقل. كما يمثل هذا البعد المزايا والمنافع التي يرغب المجتمع أن يحصل عليها من المنظمة بشكل مباشر، مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة إشكالها.

وكل ما سبق ذكره هو أن يعتمد المسيرين في اتخاذ القرارات المناسبة على هرم كارول للأبعاد المسؤولية الاجتماعية الأربعة فهي كل بعد يكمل الآخر، فيتعلق البعد الاقتصادي في المؤسسة أن تمارس أنشطة بها تلبي حاجيات المجتمع وتشجيع على منافسة العادلة، أما البعد القانوني أن تلتزم باحترام القوانين والتشريعات عن طريق حماية المجتمع، والبعد الأخلاقي تراعي المبادئ والمعايير الأخلاقية في قراراتها، والبعد الخيري تقديم مساعدات خيرية لتحسين نوعية الحياة وتحقيق الرفاهية المجتمع .

### ثالثا : أهمية المسؤولية الاجتماعية

يترتب على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية عدة مزايا بالنسبة للمؤسسة و المجتمع و الدولة اهمها ما يلي :<sup>2</sup>

#### بالنسبة للمؤسسة :

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع و خاصة لدى العملاء و العمال .
- تحسين مناخ العمل، كما تؤدي الى بعث روح التعاون بين مختلف الاطراف .
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع .

#### بالنسبة للمجتمع :

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة و سيادة مبدأ تكافؤ الفرص و هو جوهر المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية .
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات و مختلف الفئات ذات المصالح .
- الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف و الوعي الاجتماعي على مستوى الافراد و هذا يساهم بالاستقرار السياسي و العدالة الاجتماعية .

<sup>1</sup> محمد فلاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 54

<sup>2</sup> احمد عبد الحفيظي، آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، العدد السابع، 2019، ص 185.

## بالنسبة للدولة :

- تخفيف الاعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها .
- تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة و الصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية .

المساهمة في التطور التكنولوجي و القضاء على البطالة و غيرها .

## المطلب الثاني : مفاهيم أساسية حول المؤسسة الاقتصادية

كانت المؤسسة ولا تزال القلب النابض في الحياة الاقتصادية باعتبارها العنصر الفعال والنشيط فيها، لما تقوم به من عمليات وما تحمله من مكانة متميزة داخل المجتمع الاقتصادي لذا لا بد من التعريف بهذه الوحدة وكيف كان ينظر اليها فيما سبق وما يختلف عنه الامر حاليا اضافة الى ما تقوم به وما تحتاجه من وسائل مادية ومالية وبشرية وذلك من خلال التطرق الى ابعادها ومن ثمة يمكن الوصول الى الخصائص التي تتميز بها والاهداف التي تسعى اليها .

## أولاً: تعريف المؤسسة الاقتصادية وخصائصها

يعتبر تعريف المؤسسة الاقتصادية من اكثر المفاهيم تباينا واختلافا في الادبيات الاقتصادية وهذا الاختلاف الانظمة ومدى فعاليتها في كل بلد لاسيما مستوى التطور الاقتصادي الذي يعكس لنا ما اذا كانت الدولة تنتمي الى مجموعة الدول المتطورة ام المتخلفة، كما تختلف التعاريف باختلاف وجهات النظر للمؤلفين الاقتصاديين رغم التشابه الكبير الذي يحتويه المضمون، فيمكن تعريف المؤسسة على انها:"الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الانتاجي والنشاطات المتعلقة به من تخزين وشراء وبيع من اجل تحقيق الاهداف التي اوجدت المؤسسة من اجلها"<sup>1</sup>

## 1- تعريف المؤسسة الاقتصادية

وتعرف المؤسسة على انها "متعامل اقتصادي ينتج سلع وخدمات لمتعاملين اخرين محققا نتيجة ذلك ارباحا".<sup>2</sup>

كما يعرفها مكتب العمل الدولي على انها"كل مكان لمزاولة نشاط اقتصادي ولهذا المكان سجلات مستقلة"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عمر صخري، اقتصاد مؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، طبعة 2، 1993، ص24.

<sup>2</sup>Jean\_luc charron ,sabine sépari :organisation et gestion de l'entreprise,Manuel et applications ,2édition,Dunod,Paris,2001,P01

<sup>3</sup> عمر صخري، مرجع سبق ذكره، ص24.

"وتعرف المؤسسة كذلك على انها "كل وحدة قانونية، سواء كانت شخصا طبيعيا او شخصا اعتباريا تتمتع باستقلالية اتخاذ القرارات، وتنتج سلعا وخدمات قابلة للتسويق".<sup>1</sup>

وبالرغم من تعرض التعريفين للنشاط الاقتصادي الذي تزاوله المؤسسة والمتصل في انتاج السلع والخدمات التي يتم تسويقها فيما بعد الا انها يركزان على تعريف المؤسسة من الناحية القانونية، حيث انها تكتسب الصفة القانونية المستقلة التي تمنحها حرية اتخاذ القرارات، بالإضافة الى امتلاكها سجلات مستقلة حول المكان الذي تمارس فيه نشاطها الاقتصادي.

وحسب Pierre LAUZEI فهو يعطي مفهومين للمؤسسة، فأما المفهوم الاول: يتناول المؤسسة على انها مجموعة من اعضاء مترابطين فيما بينهم، منظمون حسب غايات محددة لتأدية وظائف معينة انشأت من اجلها، بتنفيذ عمليات معقدة متشابكة نوعا ما وتكرر لتؤدي الى عملية التسليم في سوق السلع والخدمات، حيث ان البيع هو النتيجة الختامية. بينما المفهوم الثاني فيعتبر المؤسسة كتكتل او تجمع انساني متسلسل يستعمل وسائل فكرية، مادية، مالية بغية استخراج، تحويل، نقل، توزيع الثروات او انتاج خدمات، طبقا لأهداف موضوعية ومسطرة من طرف الادارة سواء كانت فردية ام جماعية، بإدخال مجموع العوامل المحددة للربح وللمنفعة الاجتماعية بدرجات مختلفة<sup>2</sup>

نلاحظ ان المفهومين يتشابهان ظاهريا، لكنهما يختلفان من حيث المضمون. فالمفهوم الاول يكتسي الطابع الأكاديمي ويبين الغاية الاولى التي تسعى لها المؤسسة والمتمثلة في انتاج السلع والخدمات لتوجيهها الى المستهلكين. اما المفهوم الثاني فيتناول تعريف المؤسسة بطريقة عصرية حيث يسند لها ثلاث وظائف متمثلة في الوظيفة الاجتماعية الاقتصادية والمالية، و التي تعمل من خلالها على تعظيم الربح وتحقيق المنفعة الاجتماعية.

ونشير الى ان مصطلح المؤسسة هو مصطلح اقتصادي بينما مصطلح الشركة هو المصطلح القانوني الذي يعني بالأشكال القانونية الممكنة لممارسة وتأطير نشاط اقتصادي معين يتجسد بعقد شراكة. وتطور تعريف المؤسسة منذ ثلاثة قرون حيث عرفت المؤسسات في الماضي كمنظمات فلاحية صغيرة، تتميز بصغر حجمها، وبقدرة تكنولوجية صغيرة، وبعلاقات مباشرة وشخصية بين صاحب المؤسسة والعمال وبالعلاقات ضيقة بين الدخل والمساهمات الشخصية.

<sup>1</sup> Farouk Bouyakoub :L'entreprise et le financement bancaire,Casbah éditions2000,PP37\_38

<sup>2</sup> Yves\_Frédéric Livan :organisation Théorie et pratique,Dunod,Paris ,1998,P19

واختلف التعريف عند معظم الخبراء نذكر على سبيل المثال أبرزها عند Shumpter عرف المؤسسة على انها مركز للإبداع ومراكز للإنتاج وعند Perroux فهي تقوم بتركيب السلطات ، انا عند Galbraith تتميز المؤسسة بتقسيم السلطات وبروز الهيكلو -تقنيين.<sup>1</sup>

وفي النهاية يؤول تعريف المؤسسة الاقتصادية الى مخرج واحد ويصب في معنى واحد يتمثل فيما يلي:

تعرف المؤسسة الاقتصادية على انها منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما ، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الاهداف في نطاق "زمني".<sup>2</sup>

## 2- خصائص المؤسسة الاقتصادية:<sup>3</sup>

تتصف المؤسسة الاقتصادية بخصائص سواء كانت في المجال الانتاجي او القانوني او التنظيمي نلخصها فيما يلي:

- للمؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات او من حيث واجباتها ومسؤولياتها.
- تمثل المؤسسة وجود ذمة وتعتبر مركزا لاتخاذ القرارات الاقتصادية وتمتلك القدرة على الانتاج ، حيث تتسق بين عوامل الانتاج وتختار السلع التي ترغب في انتاجها.
- تتعرض المؤسسة لعنصر المخاطرة المرتبطة بحالة عدم التأكد وعلى هذا يجب ان تكون قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف وظروف مواتية وعمالة كافية ويجب ان تكون قادرة على تكيف نفسها مع الظروف المتغيرة.
- تكون بحوزة المؤسسة وسائل مالية وبشرية تحدد حجمها وقدرتها التنافسية ومن ثم فان تغيير هذه الوسائل يعتبر قرار حاسما يتوقف عليه مستقبل المؤسسة.
- التحديد الواضح للأهداف والسياسات والبرامج واساليب العمل فكل مؤسسة تضع اهدافا معينة تسعى الى تحقيقها، اهداف كمية ونوعية بالنسبة للإنتاج ، تحقيق رقم اعمال معين
- تعمل المؤسسة على ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها ويكون ذلك اما عن طريق الاعتمادات واما عن طريق الايرادات الكلية او عن طريق القروض او الجمع بين هذه العناصر كلها او بعضها حسب الظروف.

<sup>1</sup> عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد و تسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بين عكنون، الجزائر، 2000، ص25.

<sup>2</sup> عبد الرزاق بن حبيب، مرجع نفسه، ص25.

<sup>3</sup> عمر صخري، مرجع سبق ذكره، ص25\_26.

- لا بد ان تكون المؤسسة مواتية للبيئة فإنها تستطيع اداء مهمتها في احسن الظروف، اما اذا كانت معاكسة فإنها يمكن ان تعرقل عملياتها المرجوة ونفس اهدافها.
- المؤسسة وحدة اقتصادية اساسية في المجتمع الاقتصادي ، فبالإضافة الى مساهمتها في الانتاج ونمو الدخل الوطني فهي مصدر رزق الكثير من الافراد.
- يجب ان يشمل اصطلاح مؤسسة بالضرورة على فكرة زوال المؤسسة اذا اضعف مبرر وجودها او تضاعلت كفاءتها.

### ثانيا : اهداف المؤسسة الاقتصادية:

ان اصحاب المؤسسات الاقتصادية سواء كانت عمومية منها او خاصة ، يسعون وراء انشائهم للمؤسسة، الى تحقيق جملة من الاهداف و التي تختلف وتتعدد، باختلاف اصحاب وطبيعة وميدان نشاط المؤسسات، ويمكن تلخيص هذه الاهداف في النقاط التالية:

#### 1-الاهداف الاقتصادية:

##### • تحقيق الربح:<sup>1</sup>

يعتبر تحقيق الربح المبرر الاساسي لوجود المؤسسة لأنه يسمح لها بتعزيز طاقتها التمويلية الذاتية التي تستعملها في توسيع قدراتها الانتاجية وتطويرها او على الاقل الحفاظ عليها وبالتالي الصمود امام منافسة المؤسسات الاخرى والاستمرار في الوجود.

##### • عقلنة الإنتاج:<sup>2</sup>

اي الاستعمال الرشيد لعوامل الانتاج ورفع انتاجيتها من خلال التخطيط المحكم والدقيق للإنتاج و التوزيع تم مراقبة تنفيذ الخطط والبرامج وذلك بهدف تفادي الوقوع في المشاكل الاقتصادية والمالية والإفلاس في اخر المطاف نتيجة لسوء استعمال عوامل الانتاج.

##### • تغطية المتطلبات التي يحتاجها المجتمع:

وهذا من خلال تحقيق كامل عناصر الانتاج لتلبية الحاجات المتزايدة ، ويجب ان يحقق الانتاج ما يلي :<sup>3</sup>

❖ مستوى عالي من المرونة.

❖ ان يتم الانتاج في وقته المحدد دون تقديم او تأخير.

<sup>1</sup> ناصر دادى عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998، ص17\_18.

<sup>2</sup> ناصر دادى عدون، مرجع سبق ذكره، ص18.

<sup>3</sup> عمار زيتوني، مصادر تمويل المؤسسات مع دراية للتمويل البنكي، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسمرة، العدد 09، مارس 2006، ص43.

❖ ان يتم تسليمه لطالبه في الوقت المحدد.

## 2- الاهداف الاجتماعية:

من بين الاهداف الاجتماعية التي تسعى المؤسسة الاقتصادية على تحقيقه مايلي :

### • ضمان مستوى مقبول من الاجور:

يعتبر العمال في المؤسسة من بين المستفيدين الاوائل من نشاطها، حيث يتقاضون اجورا قابل عملهم بها، ويعتبر هذا المقابل حقا مضمونا قانونا وشرعا وعرفا، اذ يعتبر العمال العنصر الحيوي والحي في المؤسسة الا ان مستوى وحجم هذه الاجور تتراوح بين الانخفاض والارتفاع حسب طبيعة المؤسسة وطبيعة النظام الاقتصادي ومستوى المعيشي.

### • تحسين مستوى معيشة العمال:

ان التطور السريع الذي شهدته المجتمعات في الميدان التكنولوجي يجعل العمال اكثر حاجة الى تلبية رغبات تتزايد باستمرار بظهور منتوجات جديدة بالإضافة الى التطور الحضاري لهم.

### • توفر تأمينات ومرافق للعمال:

تعمل المؤسسات على توفير بعض التأمينات مثل التأمين الصحي والتأمين ضد حوادث العمل وكذلك التقاعد، بالإضافة الى المرافق العامة مثل تعاونيات الاستهلاك والمطاعم...الخ.<sup>1</sup>

### • تأهيل العمال:<sup>2</sup>

حيث يتم تدريب وتطوير العاملين ورفع مستويات مهاراتهم المهنية، وهذا عن طريق اخضاع العمال الى دورات تكوين وتدريب من اجل رفع المستوى المهني، والتخصص حسب القدرة المهنية للعمال.

## 3- الاهداف التكنولوجية:

من بين الاهداف التكنولوجية التي تؤيدها المؤسسة:<sup>3</sup>

### • البحث والتنمية:

حيث مع تطور المؤسسات عملت على توفير ادارة او مصلحة خاصة بعملية تطوير الوسائل والطرق الانتاجية علميا ، وترصد لهذه العملية مبالغ قد تزداد أهمية لتصل الى نسبة عالية من الارباح،

<sup>1</sup> ناصر دادي، مرجع سبق ذكره، ص19.

<sup>2</sup> ابراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاتها في مجال التسويق، دراسة حالة الجزائر، اطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002\_2003، ص05.

<sup>3</sup> ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص21.

ويتمثل هذا البحث نسبيا عاليا من الدخل الوطني في الدول المتقدمة و وخاصة في السنوات الاخيرة ، اذ تتنافس المؤسسات فيما بينها على الوصول الى احسن طريقة انتاجية وأحسن وسيلة ، تؤدي الى التأثير على الانتاج ورفع المردودية الانتاجية في المؤسسة.

\_ كما ان المؤسسة الاقتصادية تؤدي دورا مساندا للسياسة القائمة في البلاد في مجال البحث والتطور التكنولوجي نظرا لما تمثله من وزن في مجموعها وخاصة الضخمة منها من خلال الخطة التنموية العامة للدولة المتوسطة الأجل، التي يتم من خلالها التنسيق بين العديد من الجهات ابتداء من مؤسسات البحث العلمي، والجامعات والمؤسسات الاقتصادية.

### ثالثا: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية

تظهر المؤسسة الاقتصادية تبعا لمقاييس محددة و متنوعة.

#### أولا: معايير تصنيف المؤسسات

لقد تم وضع العديد من أنظمة التصنيف للتمييز بين الصناعات الصغيرة جدا و الصغيرة و المتوسطة و الكبيرة التي لم تصل إلى تحديد تعريف شامل متفق عليه من طرف الأسرة الباحثة فالمشكل الذي يطرح يكمن أساسا فيوضع الحدود الفاصلة بين هذه المؤسسات : إذ أن الصغر و الكبر و الوسط مفاهيم نسبية لها علاقة مباشرة بمجموعة من المؤشرات نذكر منها ما يلي<sup>1</sup> :

#### المعيار الأول : اختلاف درجة النمو و التطور التكنولوجي:

إن التفاوت في درجة النمو يقسم العالم إلى مجموعات متباينة أهمها البلدان المتقدمة الصناعية و النامية و بعكس هذا التفاوت على مستوى تطور التكنولوجيا المستعملة في كل دولة و أيضا على مستوى وزن الهياكل الاقتصادية من مؤسسات و وحدات اقتصادية يترجم ذلك في اختلاف النظرة إلى هذه المؤسسات و الهياكل من بلد إلى آخر فالمؤسسة الصغيرة في اليابان أو في الولايات المتحدة الأمريكية أو في بلد مصنع آخر يمكن اعتبارها متوسطة أو كبيرة في الجزائر أو في تونس بسبب اختلاف درجة النمو و التطور التكنولوجي بين الولايات المتحدة الأمريكية أو اليابان من جهة و الجزائر أو تونس من جهة أخرى.

#### المعيار الثاني: اختلاف النشاط الاقتصادي:

تصنف المؤسسات حسب النشاط الذي تمارسه إلى ثلاث قطاعات رئيسية : قطاع أولي و الذي يضم مجموع المؤسسات التي تستخدم كعنصر أساسي عوامل طبيعية كالزراعة و الصيد... أما القطاع

<sup>1</sup> حبيبة عامر ، دور المؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة، 2016/2017 ، ص ص(12،13).

الثاني فيشمل المؤسسات التي تعمل في ميدان تحويل و إنتاج السلع، في حين يمثل القطاع الثالث قطاع الخدمات كالنقل و التوزيع، فباختلاف النشاط الاقتصادي يختلف التنظيم الداخلي و الهياكل المالية للمؤسسات ، فعند المقارنة بين المؤسسات التي تنتمي الى القطاع الصناعي و أخرى تنتمي إلى القطاع التجاري تتضح الاختلافات ، فبينما تحتاج المؤسسات الصناعية إلى استثمارات كبيرة في شكل مباني و هياكل و معدات... فإن المؤسسات التجارية تحتاج عكس ذلك ، فهي تحتاج إلى العناصر المتداولة من المخزونات و البضائع و الحقوق ، لأن نشاطها يركز أساسا على دورة الاستغلال، أما على مستوى التنظيم الداخلي فإن طبيعة نشاط المؤسسات الصناعية يفرض توزيع المهام مع تعدد الوظائف و مستويات اتخاذ القرارات على عكس المؤسسات التجارية التي تتمتع بهيكل تنظيمي بسيط، لهذا يمكن اعتبار المؤسسة الصناعية الصغيرة و المتوسطة على أساس حجم الاستثمارات و عدد العمال و طريقة تنظيمها مؤسسة كبيرة في قطاع التجارة و عليه فمن الصعب الوصول إلى مفهوم واحد للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة أمام تنوع النشاط الاقتصادي.

#### المعيار الثالث: اختلاف فروع النشاط :

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

#### ثانيا : تصنيفات المؤسسة حسب كل معيار:

##### التصنيف الأول: حسب معيار الحجم:

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

- حجم المساحة التي تشغلها: يستخدم هذا النوع من المقاييس عادة في القطاع الفلاحي
- رأس المال : قوة رأس المال أو ضعفه يعبر عن ضخامة أو صغر المؤسسات ، وهو المقياس الموضوعي و الواقعي في تصنيف المؤسسات.



- حجم العمالة : يعتبر عدد عمال المؤسسات ادت للتمييز بين المؤسسات، فالمؤسسات الصغيرة لا يتجاوز حجم العمالة 50 عاملا ، اما المتوسطة فتتجاوز 50 عاملا و لا تتعدى 500 عاملا، و أما المؤسسات التي يتجاوز عدد مستخدميها 10 آلاف عامل فتعد من المؤسسات الضخمة.
- معايير مرتبطة بالنشاط: مثل رقم الأعمال و حجم الإنتاج.
- معايير ترتبط بالمردودية و الربحية : كالقيمة المضافة و الأرباح و الحصيلة السنوية.<sup>1</sup>

### التصنيف الثاني: حسب المعيار القانوني:

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

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

و قد تكون مؤسسات جماعية في شكل شركات و التي تمتاز بالإرادة و المساهمة عن طريق الجانب البشري و المالي و قد تأخذ شكل التعاون ما بين شخصين أو أكثر في احداث شخص معنوي جديد و ملكية هذا الشخص المعنوي مستقلة كل الاستقلال عن أعضاء الشركة أو الشركاء انطلاقا من مبدأ استقلالية الذمة المالية ما بين الشخص المعنوي و الشركاء و من هذا المنظور فإنها تنقسم إلى نوعين من الشركات: شركات أشخاص و شركات أموال

### أولا :شركات الأشخاص

من بين أمثلة شركة الأشخاص شركة التضامن و شركة التوصية البسيطة و شركة ذات المسؤولية المحدودة، و هي شركات سهلة التكوين و قد نص عليها القانون التجاري الجزائري نظرا لخصوصيتها، فهي تحتاج لعقد شركاء يتضمن مجموعة من الشروط القانونية (الشروط الموضوعية العامة و الشروط الموضوعية الخاصة و الشروط الشكلية)، و هدف المؤسسة هو تحقيق الأرباح و توزيعها على الشركاء، على أن المسؤولية فيها هي مسؤولية تضامنية و غير محدودة إذا تعلق الأمر

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

بالنسبة لشركة التضامن مثلاً. و قد تكون محدودة إذا تعلق الأمر بشركة ذات المسؤولية المحدودة كمثال آخر ، أي حدود المسؤولية التضامنية تكون في حدود الحصة كما هو الحال بالنسبة لشركة التوصية البسيطة بالأسهم.

إن شركة الأشخاص معرضة دائماً للخطر نتيجة انسحاب أحد الشركاء منها، أو في حالة وفاة أحد الشركاء، كما أن وجود عدة شركاء قد يؤدي إلى سوء التفاهم و تعارض بعض القرارات في مجلس الإدارة و بالتالي تنشأ خلافات قد تحول سيرورة نشاطها، و قد تؤدي في آخر المطاف الى انتقال الحصص فيها أو حالة التنازل ، و الذي يؤثر بالسلب على المؤسسة، بسبب الطبيعة القانونية لهذا النوع من المؤسسات.

### ثانيا :شركات الأموال .

على عكس شركة الاشخاص فإن شركة الاموال الاعتبار القانوني القائم مابين الشركاء فيها مرده الحصة المقدمة فقط ،أي ان الاعتبار الشخصي مستبعد بصورة نهائية وبالنتيجة فإن الشريك مسؤول بحسب الحصة المقدمة ومثال ذلك شركة الاسهم وهي الممثل لامثل لشركات الاموال و الميزة الخاصة المقدمة من طرف هذا النوع من الشركات هو سهولة تداول الحصة بسبب العدد غير المتناهي للشركاء فيها.

### التصنيف الثالث :حسب معيار طبيعة الملكية.

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

فالمؤسسات الخاصة هي تلك المؤسسات التي تعود ملكيتها للأفراد وتخضع في نظامها القانوني الى احكام القانون الخاص (القانون التجاري)،وهي مجموعة من الافراد سواء طبيعية او معنوية وتنشط في السوق وفقا لقانون العرض والطلب بغية تحقيق هدف اقتصادي ،فرأسمالها هو الخاص ونجد بالموازاة مؤسسات عمومية ،فهي مجموعة المؤسسات التي تعود ملكيتها للدولة أو بالأحرى رأس مالها تعود ملكيتها للدولة وبالنتيجة فإنه لا يحقق للقائمين على هذا النوع من المؤسسات التصرف في أموالها إلا بناءا على النصوص القانونية المنظمة لها .فلا يحق لهم بيعها او التنازل عليها او حتى اغلاقها الا اذا ارتأت الدولة أي المالك الاصلي لضرورة التصرف فيها

فطريقة التسيير والادارة للمؤسسات العمومية كما سبق ذكره تكون حسب القوانين العامة لدولة لأن الهدف المباشر من خلال المؤسسات العمومية (سواء كانت مؤسسات عمومية ذات طابع اداري او ذات طابع صناعي وتجاري ) ،هدفها هو تحقيق المصلحة العامة في المجتمع حتى ولو كانت تجني

من وراء نشاطها ارباح كما هو الحال بالنسبة للمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري فغن لا تحيد عن الهدف الاساسي والغاية العامة بناءا على السياسة العامة للدولة.

**التصنيف الرابع: حسب المعيار الاقتصادي.**

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

**أولا : المؤسسات الصناعية.**

و تنقسم هذه المؤسسات بدورها تبعا للتقسيم السائد في القطاع الصناعي الى :

- مؤسسات صناعية تشغيلية أو استخراجية .
- مؤسسات صناعية تحويلية .

و هي المؤسسات المتخصصة في انتاج المنتجات الصناعية ووسائل الانتاج و تتميز بالضخامة و التفرع و تعرف بالمؤسسات الاستراتيجية مثل مؤسسات الحديد و الصلب و مؤسسات صناعة الأجهزة الثقيلة و التي تحتاج غالبا إلى أموال ضخمة بالإضافة إلى توفير مهارات و كفاءات عالية.

**ثانيا: المؤسسات الفلاحية.**

هي مؤسسات تهتم بالقطاع الزراعي و ذلك بزيادة الانتاجية للأرض و اصلاحها وهي بهذا المنظور تتوفر على ثلاث أنواع من الانتاج :

- الانتاج النباتي.
- الانتاج الحيواني.
- الإنتاج السمكي.

**ثالثا: المؤسسات التجارية.**

هي مجموعة المؤسسات التي تتم بالنشاط التجاري على اختلاف أنواعها و أشكالها ، أي تحقيق قاعدة الشراء من أجل البيع و تحقيق المضاربة و الوساطة التجارية و مثال ذلك المؤسسات التجارية التي تنشط في المجال الغذائي أو حتى المؤسسات الخدماتية التي تنشط في المجال السياحي.

**رابعا: المؤسسات المالية.**

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

### خامسا: المؤسسات الخدماتية.

وهي المؤسسات التي تقوم بتقديم خدمات معينة كمؤسسة النقل و مؤسسات البريد و المواصلات و المؤسسات التي تنشط في مجال البحث العلمي.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني : علاقة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية

تسعى كل الدول الى تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية بمساهمة مؤسساتها الخدماتية و الانتاجية العامة منها و الخاصة في ظل نظام اداري جيد و ادارة واعية حيث ترتبط هذه المؤسسات بالمجتمع الذي تتواجد فيه، لذا لابد عليها ان توازن بين اهدافها الاقتصادية و مسؤولياتها الاجتماعية و الاخلاقية و التي تظهر في السلوك الاداري و القيادي وفقا لمبادئ الاخلاق .

#### المطلب الاول : المبادئ الاخلاقية في المؤسسة الاقتصادية

ان مسؤولية وضع مبادئ السلوك الاخلاقي و مراقبة تنفيذها تقع على عاتق الادارة العليا و الوسطى فيها و هو الامر الذي يعني ان للثقافة التنظيمية دورا هاما في الحفاظ على القيم الاخلاقية المتعارف عليها.

و بالرغم من اختلاف الاشكال القانونية لمشروعات الاعمال، إلا أنها تتضمن جميعا مستويات إدارية متدرجة يمكن تصورها على شكل هرم هذه المستويات هي الادارة العليا، و الادارة الوسطى، و الادارة الدنيا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بن سعد وسيلة ، تقييم المؤسسة و دوره في تحقيق ميزة تنافسية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير لعلوم

التسيير، مالية و مراقبة، جامعة جيلالي ليايس ،سيدي بلعباس، 2016/2015 ص ص (36-40)

<sup>2</sup> د أحمد بن عبد الرحمن الشميمري و آخرون، كتاب مبادئ إدارة الاعمال ( السياسات و الاتجاهات الحديثة)، الطبعة العاشرة، الرياض، 1434 ص ص 23, 24 .

الشكل رقم 1: المستويات الادارية



المصدر: د أحمد بن عبد الرحمن الشميمري و آخرون، كتاب مبادئ إدارة الاعمال (السياسات و الاتجاهات الحديثة)

الادارة العليا:

- السلطة العليا في المنظمة.
- مسؤولة عن القرارات الاستراتيجية و الرئيسية في المنظمة.
- تختص بوضع الخطط طويلة الاجل و الهياكل الاساسية و تطويرها.
- تطوير المنظمة و تقويم ادائها و اداء العاملين فيها.
- تفحص بشكل روتيني البيئة الخارجية.
- تمثل المنظمة في التعاملات مع المنظمات الاخرى سواء كانت شركات او المؤسسات الحكومية.
- من امثلتها: رئيس مجلس الادارة، نائب رئيس، المدير العام.

الادارة الوسطى:

- تختص بإعداد الخطط متوسطة الاجل.
- نقل الاوامر و التوجيهات من الادارة العليا الى الادارة الدنيا و العكس.
- تخصيص الموارد اللازمة لتحقيق الاهداف التي وضعتها الادارة العليا.
- من امثلتها: مدير ادارة التسويق، مدير الادارة المالية.

## الادارة الدنيا :

- تسمى الادارة الإشرافية على التنفيذ المباشر للعمل.
- تختص بوضع الخطط التفصيلية و متابعة أداء الافراد و العاملين.
- من امثلتها: مدير قسم، مدير فرع.

و لكن دراستنا الميدانية كانت على مستوى الادارة العليا (رئيس مجلس الادارة، نائب رئيس، المدير العام).

و من بين المبادئ الاخلاقية التي تلتزم بها المؤسسة الاقتصادية في أداء عملها ما يلي:<sup>1</sup>

- الانسانية : و هي تقوم على ان الحياة ثمينة .
- الاستقلالية : اي انه على الفرد ان يفكر بان يكون مسؤولا .
- العدالة : تقاسم مزايا و نقائص الممارسات المهنية .
- الاستفادة : اي ضرورة التصرف و الحركة لفائدة المجتمع .

## أولا : مفهوم أخلاقيات الاعمال<sup>2</sup>

- عرفها (ivancevich) بأن أخلاقيات الادارة تمثل خطوطا توجيهية للمديرين في صنع القرار و أن أهميتها تزداد بالتناسب مع آثار و نتائج القرار، فكلما كان نشاط المدير أكثر تأثيرا في الآخرين كلما ازدادت أهمية أخلاقيات ذلك المدير.
- كما عرفها ( weiss ) على أنها تحديد ما هو الصحيح و الخطأ و الجيد و السيئ و النافع و الضار في كل ما يتعلق بالقرارات و الاعمال في معاملات و أنشطة المؤسسة .

## ثانيا: أخلاقيات الاعمال و المسؤولية الاجتماعية

أشار (kirrane) الى أنه هناك تماثل بين أخلاقيات الاعمال و المسؤولية الاجتماعية إذ أن حركة المسؤولية الاجتماعية ما هي الا إحدى جوانب منهج شامل من أخلاقيات الاعمال.<sup>3</sup>

فمثلا عند الحديث عن الجودة فانه لابد من ربط ذلك بالبعد الاخلاقي لأن أخلاقيات الجودة تهدف الى تعزيز ثقة المستهلك و السوق في المنتجات و الخدمات التي تقدمها الشركة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> د، يحي باي نجاة، أ.د ، بابا عبد القادر، دور اخلاقيات الاعمال في تحسين اداء المؤسسة الاقتصادية، ( دراسة حالة : الجزائرية للمياه و مؤسسة سونلغاز وحدة مستغانم)، الجزائر، المجلد 08، العدد02، 2021، ص 378 .

<sup>2</sup> ط، د بالقايد محمد جواد، أثر أخلاقيات الاعمال على الاداء البشري للمؤسسة الاقتصادية، مجلة الحدث للدراسات المالية و الاقتصادية، العدد 03 ، 2019 ، ص 4 .

<sup>3</sup> ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة و الموارد البشرية، ماجستير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010، ص 26 .

<sup>4</sup> د ناصر جرادات و أ عزام أبو الحمام، كتاب المسؤولية الاخلاقية و الاجتماعية للمنظمات، دار اثراء للنشر و التوزيع، الاردن، ص 99 .

### المطلب الثاني: تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

أصبح البعد الاخلاقي ضروري و مهم نحو تبني المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية نتيجة للضغوط المتزايدة من قبل المجتمع و المؤسسات الضاغطة مثل جمعيات حماية المستهلك و حماية البيئة، فتبني المسؤولية الاجتماعية يبدأ من التزام المؤسسات الاقتصادية العامة منها و الخاصة بالقوانين المختلفة الخاصة بتسييرها الداخلي و الخارجي، و كذلك المبادرات الاختيارية التطوعية التي تقوم بها المؤسسات الاقتصادية تجاه أفراد المجتمع و الدولة كالمساهمة في تخفيف الاعباء التي تتحملها الدولة و القضاء على البطالة و غيرها من الاعباء.

إلا ان أغلب الدراسات و الأبحاث التي تطرقت الى موضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية توصلت نتائجها الى ان أغلبية المؤسسات الاقتصادية تتناسى دورها الاجتماعي امام أهدافها الاقتصادية، و يعود ذلك الى غياب الدعم و التحفيز على مستوى الاطراف الفاعلة في تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.

#### أولاً: الاطراف الفاعلة في تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

بالرجوع الى التجارب الدولية و العربية كدول الاتحاد الاوروبي و دول الخليج يبرز دور الاطراف الفاعلة في تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية فيما يلي:

##### • دور الدولة:

تعتبر الدولة المحرك الاول للتنمية في المجتمع و بذلك تعتبر الطرف الاول لتفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية من خلال تقديم الحوافز و الاعانات و التسهيلات للمؤسسة الاقتصادية.

##### • دور غرف التجارة و الصناعة:

الدولة لا تستطيع بمفردها تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية إلا اذا ساهم معها مؤسساتها الخدمانية من خلال تشجيع العمل التطوعي و ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.

##### • دور وسائل الاعلام المختلفة:

من خلال نشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية بين المؤسسات الاقتصادية.

• دور جمعيات حماية المستهلك:

أصبحت هذه الجمعيات لها دور كبير في توعية أفراد المجتمع الذي تنتمي اليه و هذا راجع لاحتكاكها المباشر بالمستهلك.

• دور المؤسسة الاقتصادية:<sup>1</sup>

ان الثقافة التنظيمية تؤثر على تفاعل الاشخاص و أصحاب المصالح و المجتمع ككل، و تختلف ثقافة المؤسسات التنظيمية

في مسؤولياتها الاجتماعية على حسب الموروث الثقافي للمؤسسة الذي يشمل المؤسسون و سلوك و ثقافة مسيرو و قادة المؤسسة.

ثانيا: الأطراف الداعمة للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

مما لاشك فيه أن هناك حاجة لتفعيل مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية من أجل تحمل دورها في المجتمع و تخفيف الابعاء الملقة على الدولة، و لإنجاح تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية لابد من وجود شكل من أشكال التحفيز و الدعم لتبني هذا المفهوم و ذلك من خلال عدة إجراءات و آليات تفعيل على مستوى الاطراف الفاعلة فيما يأتي ذكره :

من طرف الدولة :

• تقديم جوائز معنوية للمؤسسات الاقتصادية التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية كأمثلة على ذلك بعض تجارب الدول العربية التي سنذكرها في النقاط التالية:<sup>2</sup>

- الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية أطلقت هذه الجائزة سنة 2007 . من خلالها يتم تقييم الشركات التي تتبنى رؤية و استراتيجية و تنفيذ واداء لمبادئ المسؤولية الاجتماعية في عملياتها و برامجها المختلفة .

- جائزة أبو ظبي للمسؤولية الاجتماعية أطلقت سنة 2008 تعتبر الجائزة الاولى من نوعها على مستوى دولة الامارات و مستوى الوطن العربي في هذا المجال، لشجيع و تحفيز المنظمات على القيام بدورها في مجال تنفيذ و تمويل برامج تخدم المجتمع بشرائحه المختلفة .

• اعفاءات جمركية و ضريبية للمؤسسات الاقتصادية المساهمة اجتماعيا.

<sup>1</sup> أحمد سلامي و قوجيل محمد، أخلاقيات الاعمال و المؤسسة الاقتصادية، ( مجمع مداخلات الملتقى الدولي الثالث لأداء المتميز للمنظمات و الحكومات )، الطبعة الثالثة، جامعة ورقلة، الجزائر، 2017، ص 490 .

<sup>2</sup> د. مقدم وهيب، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دكتوراه في علوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014 ص 185 .



- إعطاء الأولوية للمؤسسات الاقتصادية المساهمة اجتماعيات للحصول على المناقصات و رخص الاستيراد و التصدير.

#### من طرف جمعيات حماية المستهلك :

في سبيل تفعيل المسؤولية الاجتماعية يمكن لجمعية حماية المستهلك أن تتخذ مجموعة من الاجراءات الترشيديّة للضغط على المؤسسات الاقتصادية مثل :

- أسلوب المقاطعة : هو عبارة عن تعلية صادرة عن جمعية حماية المستهلك تتضمن مقاطعة منتج لمؤسسة ما .
- توعية المستهلك و ترشيده من خلال :
  - إعلام المستهلك بما تقدمه الدولة من تشريعات و قوانين لصالحه .
  - إعلام المستهلك بالأخطار الناجمة عن استعمال السلع المغشوشة و المقلدة .

#### من طرف وسائل الاعلام : <sup>1</sup>

- يقع على عاتق الاعلام دور أساسي لإبراز ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى الراي العام من خلال توضيح المفاهيم الصحيحة للمسؤولية الاجتماعية .
- عرض نماذج مشرفة و تجارب ناجحة للمسؤولية الاجتماعية بهدف التشجيع و التحفيز على المبادرات و البرامج المسؤولة اجتماعيا.

#### من طرف غرفة التجارة و الصناعة:

- التوعية و التحسيس لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية .
- عقد اللقاءات مع مسؤولي المؤسسات الاقتصادية لاطلاعهم على التجارب الرائدة في العالم بخصوص المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات .

#### من طرف المؤسسة الاقتصادية:

- تضمين المسؤولية الاجتماعية ضمن خطتها الاستراتيجية التي تعكس مسؤولية المؤسسة الاقتصادية اتجاه البيئة و المجتمع .
- تطبيق التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية .

<sup>1</sup> زايدي حبيب، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، دكتوراه ( ل.م.د)، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2021، ص 111 .

### المبحث الثالث : الدراسات السابقة و موقع الدراسة الحالية منها

تناولت العديد من الدراسات العربية و الاجنبية موضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية من جوانب مختلفة و متعددة .

#### المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة

من الدراسات التي اهتمت بموضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية نذكر ما يلي :

- دراسة وهيبة مقدم. رسالة دكتوراه بعنوان، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر الى المسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، 2014

هدفت هذه الدراسة الى دراسة واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في عينة من المؤسسات الاقتصادية الواقعة في ولايات الغرب الجزائري، و أظهرت الدراسة الميدانية غياب أي فلسفة أو رؤية واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة .

- سمير مصطفى ابو مدلة، و محمود حسين عيسى، آليات تعزيز المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني، مجلة جامعة الازهر، غزة، 2016 .

هدفت الدراسة الى وضع تصور للآليات و الاجراءات التي من شأنها تعزيز وتفعيل المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني باستعمال المنهجين الوصفي و التحليلي، توصلت الدراسة الى ان غياب الاطر التشريعية و التنظيمية الكفيلة بترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية و غياب الوعي الكافي بأهمية المسؤولية الاجتماعية حال دون الممارسة الصحيحة لها .

- محمد قوجيل و أحمد سلامي، العوامل المؤثرة على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية، ( دراسة ميدانية لآراء بعض العاملين في المؤسسات الجزائرية بمنطقتي تقرت و حاسي مسعود ) مجمع مداخلات الملتقى الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات و الحكومات، المنعقد بجامعة ورقلة، يومي 27 و 28 نوفمبر 2017 .

هدفت الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية، باستخدام الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) لتحليل البيانات حيث خلصت الدراسة الى هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين مختلف العوامل الداخلية و الخارجية و ابعاد المسؤولية الاجتماعية .

- أحمد عبد الحفيظي، آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، العدد السابع 2019 .

هدفت هذه الدراسة الى معرفة آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، و توصلت هذه الدراسة الى ان هناك العديد من الاطراف التي تعمل على تسهيل تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسة و هي الدولة، جمعيات حماية المستهلك .

- ستيتي الزازية و اخرون، المسؤولية الاجتماعية كخيار استراتيجي لتحقيق استدامة المؤسسات، مجلة البحوث و الدراسات التجارية، مجلد 05 ، العدد 01، 2021 .

هدفت هذه الى معرفة الدور الذي يلعبه تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق استدامة المؤسسات، توصل البحث الى ان المسؤولية الاجتماعية تعتبر شكل من اشكال المساهمة في الاستدامة .

- عادل نقموش، مدى إدراك مستخدمي المؤسسات الاقتصادية لعناصر المسؤولية الاجتماعية ( حالة مؤسسة مطاحن الحضنة) مجلة دراسات العدد الاقتصادي، جامعة المسيلة، العدد 01، 2021 .

هدفت هذه الدراسة الى التعريف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية من الجانب النظري و التطبيقي و كذلك معرفة موقع المؤسسة الجزائرية من مفهوم المسؤولية الاجتماعية، و خلصت هذه الدراسة الى تشجيع المنافسة بين المؤسسات في ممارسة المسؤولية الاجتماعية عن طريق منح الجوائز و التسهيلات .

- زايدي حبيب، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، اطروحة دكتوراه ( ل.م.د)، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2021 .

هدفت هذه الدراسة الى دراسة وصفية تحليلية للأساس القانوني للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية للبحث في طبيعة هذه المسؤولية هل هي اختيارية طوعية أو إلزامية، و توصلت نتائج هذه الدراسة الى ان المسؤولية الاجتماعية تشتمل على شقين طوعي و إلزامي .

### المطلب الثاني : مناقشة الدراسات السابقة و موقع الدراسة الحالية

قدمت الدراسات السابقة بتنوعها و اختلاف مواضيعها إضافة إلى الادبيات النظرية و الدراسات الميدانية، حيث تطرقت أغلبها الى توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية وواقع تبني هذا المفهوم و العوامل المؤثرة فيه .

كما اعتمدت هذه الدراسات في تحليلها على إجراءات للاستبيان أحد أدوات التحليل الاحصائي .

إلا دراستنا هذه اختلفت عن الدراسات السابقة بما يلي :

- تناولت دراستنا الحالية المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر الافراد و الادارة العليا للمؤسسة الاقتصادية معاً.
- دراستنا هذه حددت بدقة آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية اليات من جهة الممارسة و اليات من جهة الاطراف الفاعلة في هذا التفعيل .
- دراستنا الحالية أوضحت ان تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية تجاه المجتمع ترجع الى ثقافة المؤسسة الاقتصادية و الى الدعم و التحفيز و الارشاد من طرف الاطراف الفاعلة في ذلك .
- حاولت دراستنا الحالية التوصل الى وجهة نظر المديرين في المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية و مدى قناعتهم بذلك .

## خلاصة الفصل :

حاولنا في هذا الفصل طرح لمفاهيم الأساسية لكل من المسؤولية الاجتماعية والمؤسسة الاقتصادية مع عرض العديد من الدراسات السابقة التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة والتي أكدت ان الهدف من المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية هو الاهتمام بقضايا المجتمع الذي تنتمي اليه على نحو تطوعي اختياري، حيث اصبح الدور الاجتماعي و السلوك الاخلاقي للمؤسسة الاقتصادية من اكثر المواضيع المطروحة على الساحة الاكاديمية و السياسية و القانونية لما له من فوائد جمة على المؤسسة نفسها و الدولة و المجتمع ككل .

و لتجسيد و تبني و تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية لابدا من تكافل الجهود في ذلك، و يعود الدور الاكبر الى الثقافة السائدة في المنظمة و ثقافة المسير بالإضافة الى دور الدولة من خلال تشجيع المسؤولية الاجتماعية و تحفيز المؤسسات الاقتصادية على القيام بدورها من خلال مساندتها و دعمها بالحوافز و الامتيازات الخاصة، بالإضافة الى بعض الهيئات الاخرى كما سلف ذكرها سابقا في البحث ، و كلها تعتبر اطراف فاعلة تؤثر بالإيجاب على المؤسسة الاقتصادية في تبني المسؤولية الاجتماعية .

# الفصل الثاني

## دراسة حالة

## تمهيد الفصل:

ان تبني المؤسسات الاقتصادية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية مرتبط بالدرجة الاولى بالثقافة التنظيمية لهذه المؤسسات، حيث يتم اكتساب هذه الثقافة من خلال المستوى التعليمي و التعلم التنظيمي الناتج عن سنوات العمل الاداري، بالإضافة الى المساندة و الدعم من قبل الدولة و بعض هيئاتها الادارية و التي تعتبر من الاليات الفاعلة لتبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية داخليا و خارجيا فالمسؤولية الاجتماعية الداخلية ترتبط بأداء العمل داخل المؤسسة اي ترتبط بأداء الافراد وهي مسؤولية الزامية تسنها القوانين و التشريعات، و التي تطرقت لها الدراسات السابقة بإسهام كبير، اما المسؤولية الاجتماعية الخارجية فهي مسؤولية اختيارية طوعية ترتبط بمشاكل المجتمع و محاولة معالجتها و ايجاد الحلول لها، و التي سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري ميدانيا، وذلك على كل من مؤسسة محطة الضخ بسوناطراك - المرارة و مؤسسة بولال بسيدي عمرا - بجامعة كونها مؤسستين جزائريتين تنشط في مناخ الأعمال الجزائري.

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 ليكارت الخماسي، وعلى هذا الأساس قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين رئيسية، هما:

- **المبحث الأول:** الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية
- **المبحث الثاني:** عرض النتائج واختبار الفرضيات.

## المبحث الاول : الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية

بعد وضع الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والمؤسسة الاقتصادية وعرض المفاهيم المتعلقة بهما سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على كل من مؤسسة محطة الضخ بسوناطراك \_ ومؤسسة بولال من أجل معرفة آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية و ذلك باستخدام الأدوات الكمية و الكيفية التي تتمثل في الاستمارة و الاختبار الإحصائي بإضافة الاعتماد على وثائق المؤسسة من ثم محاولة تفسير النتائج على هذا الأساس.

### المطلب الاول: اختيار مجتمع و عينة الدراسة

#### 1-أولاً: المجتمع و عينة الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي المؤسستين الاقتصاديتين كما قمنا بمشاركة مدراءها الرئيسيين بمقابلة خاصة، حيث شاركونا بإجاباتهم الحسنة و المنطقية .

#### الجدول رقم ( 2-2 )

##### مجتمع الدراسة

| طبيعة المؤسسة | اسم المؤسسة            | نوع المقابلة  | عددالاستمارات الموزعة | عدد الاستمارات المسترجعة |
|---------------|------------------------|---------------|-----------------------|--------------------------|
| مؤسسة عامة    | بولال ذات الشخص الوحيد | مقابلة مباشرة | 45                    | 40                       |
| مؤسسة خاصة    | محطة الضخ- سوناطراك    | مقابلة مباشرة | 90                    | 80                       |

المصدر : من اعداد الطالبتان.

### المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات

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

#### الاستبيان

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



## 1. تصميم الاستبيان

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

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

- الجزء الثاني: محور الدراسة تم تقسيمه الى محورين اثنين

المحور الاول : اليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية و تم تقسيمه الى اربعة ابعاد

- البعد الأول: البعد الخيري احتوى على (05) عبارات.

- البعد الثاني: البعد الأخلاقي احتوى على (05) عبارات.

- البعد الثالث: البعد القانوني احتوى على (05) عبارات.

- البعد الرابع: البعد الاقتصادي احتوى على (05) عبارات.

المحور الثاني : تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية و يتكون هذا المحور

من 10 عبارات تبرز مستوى تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية .

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

الجدول رقم (2-3): درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي.

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

المصدر: محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان،

الأردن، 2008، ص. 2

بالنسبة لطول المدى بين درجة ودرجة فقد تم حساب الفرق بين الحد الأدنى والحد الأعلى للفئات كما يلي:  $4=1-5$ ، حيث أن عدد الفئات هو 5.

نحصل على المدى بقسمة الفرق بين الحد الأعلى والحد الأدنى على عدد الفئات؛ أي  $0.8 = 5/4$ ، وبإضافة المدى بالتدرج إلى رموز الفئات ابتداء من أصغر فئة نحصل على:

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

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

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

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

-  $0.8+4.2 = 5.0$ ؛ أي من 4.21 إلى 5.0 تمثل موافق بشدة وهو ما يقابل درجة الموافقة مرتفعة جداً.

#### المقابلة

تعتبر المقابلة استبياناً شفويًا لجمع المعلومات<sup>1</sup>، وتعتبر المقابلة محادثة هادفة يتم إعداد الأسئلة مسبقاً بقصد استخلاص الإجابات ذات صلة بتساؤلات الدراسة، حيث يتم طرح مجموعة من الأسئلة على الباحثين وتسجيل الإجابات على الاستبيانات المخصصة لذلك. وقد تم الاعتماد على مقابلة نصف موجهة حيث قمنا بإعداد مسبقاً للأسئلة بغرض طرحها على الباحثين مع ترك المجال مفتوحاً لطرح أسئلة أخرى من حين لآخر.

#### 1. خطوات إجراء مقابلة الدراسة التطبيقية

ويتضمن هذا الإعداد للمقابلة ما يلي:<sup>2</sup>

يتطلب الإعداد الجيد للمقابلة تحديد الهدف منها والأفراد المستجوبين والمعلومات التي نحتاجها.

أ. تحديد أهداف المقابلة:

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

- ماهي الآليات المستخدمة لتفعيل المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات محل الدراسة؛

- تحديد مستوى تبني كل مؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية؛

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

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 105.

- جمع البيانات المتعلقة بمؤشرات حل مشكلة الدراسة،
- تحديد أهم الأبعاد المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات محل الدراسة.

### 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، وفقاً للعديد من الألوان.

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

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

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

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

- مقياس الثبات: استعمال معامل ألفا كرو نباخ وهو أداة لقياس ثبات للاستبيان وفقراته.

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

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

### ثبات وصدق استبيان الدراسة

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

أولاً: اختبار ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرو نباخ Cranach alpha

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

الجدول رقم (2-4): معامل الثبات الكلي (ألفا كرونباخ ) لأداة الدراسة

|              |       |
|--------------|-------|
| عدد العبارات | 30    |
| ألفا كرونباخ | 0.834 |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل الثبات الكلي ألفا كرونباخ لأداة بلغ ( 0.834 ) وهو معامل ثبات أكبر من 0.6، ما يدل على ثبات أداة الدراسة هذا يعني أن هناك صدق وثبات في محاور الدراسة وبالتالي يمكن القول إن الاستبيان يتمتع بالثبات.

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

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

#### 1. الصدق الداخلي لفقرات أبعاد المسؤولية الاجتماعية

الجدول رقم (2-5): الصدق الداخلي لعبارات المحور الاول أبعاد المسؤولية الاجتماعية

| الرقم | الفقرة                                                                          | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| 01    | تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية.                                  | 0.335**        | 0.000         |
| 02    | تساهم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق     | 0.663**        | 0.000         |
| 03    | تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.                        | 0.697**        | 0.000         |
| 04    | تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة.                         | 0.635**        | 0.000         |
| 05    | تساهم المؤسسة في احياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وتقديم هدايا معتبرة. | 0.568**        | 0.000         |

|    |         |       |                                                                                 |
|----|---------|-------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 06 | 0.496** | 0.000 | تؤكد المؤسسة على ضرورة والوضوح في المعاملات (بيع وشراء).                        |
| 07 | 0.648** | 0.000 | تحتزم المؤسسة العادات والتقاليد والأعراف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه.       |
| 08 | 0.678** | 0.000 | تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها.                        |
| 09 | 0.727** | 0.000 | تتم مراعاة مبادئ حقوق الانسان من اجل تحقيق الأهداف مشاركة بين المؤسسة والمجتمع. |
| 10 | 0.643** | 0.000 | تحارب المؤسسة بكل جدية وصرامة الفساد الإداري بأنواعه.                           |
| 11 | 0.750** | 0.000 | تساهم المؤسسة في الحفاظ على البيئة وذلك من خلال القوانين والأنظمة التي تطبقها.  |
| 12 | 0.383** | 0.000 | توفر المؤسسة الوثائق الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي.   |
| 13 | 0.683** | 0.000 | تعترف إدارة المؤسسة بحق الممارسة النقابية للعمال.                               |
| 14 | 0.735** | 0.000 | تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة.                     |
| 15 | 0.654** | 0.000 | الشفافية في مؤسستكم ذات مستوى عالي.                                             |
| 16 | 0.533** | 0.000 | تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها.                              |
| 17 | 0.654** | 0.000 | تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى الأرباح بالمراعاة القدرة الشرائية للزبائن.          |
| 18 | 0.714** | 0.000 | تقوم المؤسسة يخلق فرص عمل الافراد المجتمع.                                      |
| 19 | 0.740** | 0.000 | السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن.                               |
| 20 | 0.694** | 0.000 | تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.                |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور أبعاد المسؤولية الاجتماعية: البعد الأخلاقي؛ البعد الخيري؛ البعد القانوني؛ البعد الاقتصادي والمعدل الكلي لعبارته،

يتضح لنا أن معاملات الارتباط  $r$  المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن مستوى الدلالة لكل عبارة أقل من (0.05) وبذلك تعتبر عبارات المحور المسؤولية الاجتماعية صادقة لما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (2-6): الصدق الداخلي لعبارات المحور الثاني تبني المسؤولية الاجتماعية

| الرقم | الفقرة                                                                                          | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| 01    | الالتزام بالمبادئ الاخلاقية.                                                                    | 0.335**        | 0.000         |
| 02    | التعاون مع المجلس الوطني للبحث العلمي و التكنولوجيا .                                           | 0.250**        | 0.000         |
| 03    | دورة تكوينية في الاتصال الداخلي و الخارجي .                                                     | 0.420**        | 0.000         |
| 04    | التبني الطوعي لتطبيق معيار ايزو 26000 المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية .                           | 0.401**        | 0.000         |
| 05    | حملات التضامن للمتضررين من الحرائق و الزلازل و الفيضانات .                                      | 0.568**        | 0.000         |
| 06    | تجهيز المدارس و المراكز الصحية خاصة في و لايات اقصى الجنوب .                                    | 0.496**        | 0.000         |
| 07    | منح الاعانات لفائدة العائلات الفقيرة خاصة في شهر رمضان .                                        | 0.648**        | 0.000         |
| 08    | توفير الواح الطاقة الشمسية خاصة في مناطق الظل .                                                 | 0.312**        | 0.000         |
| 09    | دعم جهود الدولة لمكافحة فيروس كورونا من خلال التبرعات و الاعانات لتجسيد شعار المؤسسة المواطنة . | 0.655**        | 0.000         |
| 10    | مساعدة الجمعيات و البدو الرحل .                                                                 | 0.643**        | 0.000         |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني تبني المسؤولية الاجتماعية والمعدل الكلي لعبارته، يتضح لنا أن معاملات الارتباط  $r$  المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن مستوى الدلالة لكل عبارة أقل من (0.05) وبذلك تعتبر عبارات المحور المسؤولية الاجتماعية صادقة لما وضعت لقياسه.

2. قياس صدق الاستبيان وفقا لمعامل ارتباط بيرسون من خلال حساب معاملات الارتباط بين محاور الدراسة ومعدل عبارات الاستبيان الكلي

الجدول رقم (2-7): معامل بيرسون بين محاور الدراسة ومعدل عبارات الاستبيان الكلي

| مستوى الدلالة | معامل ارتباط بيرسون | محاور الدراسة                    |
|---------------|---------------------|----------------------------------|
| 0.000         | 0.712**             | اليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية |
| 0.000         | 0.712**             | تبني المسؤولية الاجتماعية        |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

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

### المبحث الثاني: اختبار فرضيات الدراسة وتحليل النتائج

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

#### المطلب الأول: نتائج توزيع خصائص عينة الدراسة

تم الاستعانة بالإحصاء الوصفي لوصف خصائص عينة الدراسة.

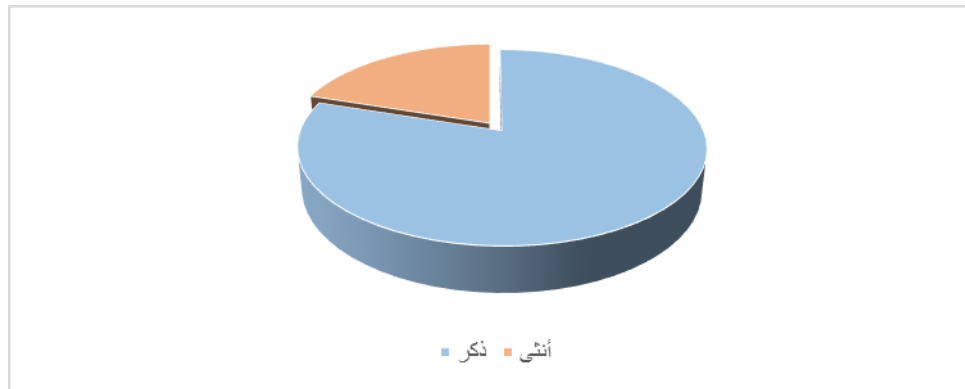
#### 1. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

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

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

الشكل رقم (02): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

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

2. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

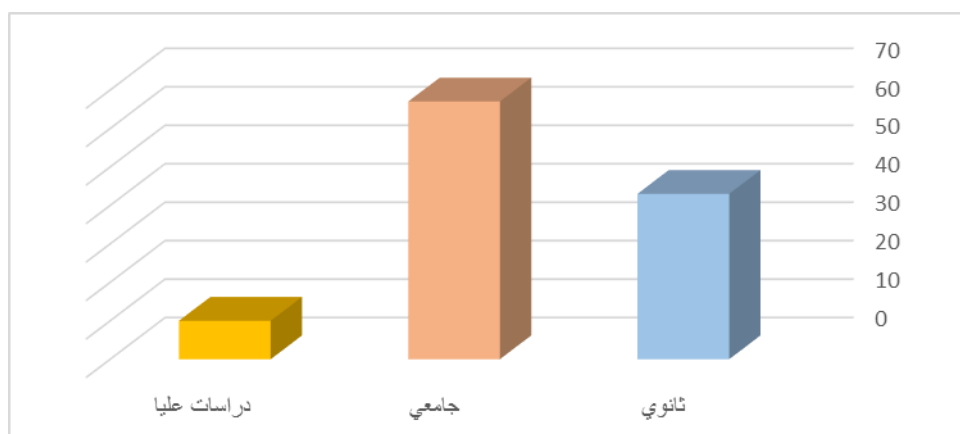
الجدول رقم (2-9): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25



الشكل رقم (03) يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

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

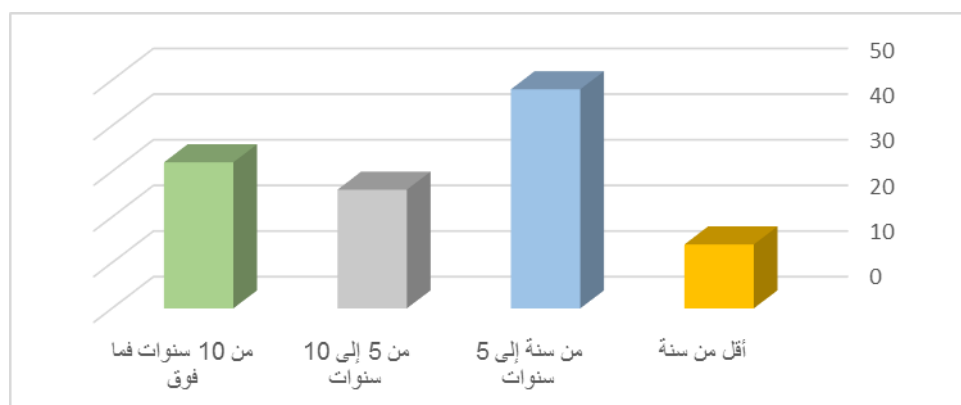
### 3. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية المهنية

الجدول رقم (2-10): توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

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



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

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

### عرض وتحليل لإجابات أفراد العينة على عبارات محور أبعاد المسؤولية الاجتماعية

#### 1. البعد الأول: البعد الخيري

الجدول رقم (2-11): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول

| العبارات                                                                                | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | مرتبة | الاتجاه العام للعينة |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------|----------------------|
| 1. تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية.                                       | 4,00            | 0,057             | 2     | مرتفع                |
| 2. تساهم المؤسسة بمساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق وغيرها. | 4,09            | 0,869             | 1     | مرتفع                |
| 3. تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.                             | 3,87            | 0,073             | 3     | مرتفع                |
| 4. تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة.                              | 3,86            | 0,003             | 4     | مرتفع                |
| 5. تساهم المؤسسة في إحياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وتقديم هدايا معتبرة.      | 3,82            | 0,050             | 5     | مرتفع                |
| البعد الأول: البعد الخيري                                                               | 3,9333          | 0,75874           | مرتفع |                      |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

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

## 2. البعد الثاني: البعد الأخلاقي

الجدول رقم (2-12): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني للمحور الأول

| العبارات                                                                           | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام للعينة |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------|----------------------|
| 4. تؤكد المؤسسة على ضرورة والوضوح في المعاملات (بيع وشراء).                        | 4,35            | 0,848             | 1       | مرتفع جدا            |
| 5. تحترم المؤسسة العادات والتقاليد والأعراف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه.       | 4,34            | 0,804             | 2       | مرتفع جدا            |
| 8. تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها.                        | 4,23            | 0,817             | 5       | مرتفع جدا            |
| 9. تتم مراعاة مبادئ حقوق الانسان من اجل تحقيق الأهداف مشاركة بين المؤسسة والمجتمع. | 4,25            | 0,750             | 4       | مرتفع جدا            |
| 10. تحارب المؤسسة بكل جدية وصرامة الفساد الإداري بأنواعه.                          | 4,30            | 0,886             | 3       | مرتفع جدا            |
| البعد الثاني: البعد الأخلاقي                                                       | 4,3000          | 0,62765           |         | مرتفع جدا            |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير معطيات الجدول أعلاه أن عبارات البعد الثاني البعد الأخلاقي وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.30) و بدرجة تطبيق مرتفع جدا حيث المتوسط الحسابي له ضمن

مجال الموافقة (من 4.20 إلى 5 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الثاني موافقون عليها بدرجة (مرتفعة جدا) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (4.23-4.35) حيث "العبرة رقم 06 احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.35) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة جدا على أنه المؤسسة على ضرورة والوضوح في المعاملات (بيع وشراء) ، أما "العبرة رقم 07" جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.34) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة جدا، أن المؤسسة تحترم لعادات والتقاليد والأعراف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تحارب المؤسسة بكل جدية وصرامة الفساد الإداري بأنواعه " بمتوسط حسابي (4.30) ، تليها العبارة رقم 09 بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.25) ما يدل على أنه تتم مراعاة مبادئ حقوق الإنسان من أجل تحقيق الأهداف مشاركة بين المؤسسة والمجتمع. ، وأخيراً نجد العبارة رقم 08 بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (4.23) أي تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها.

### 3. البعد الثالث: البعد القانوني

الجدول رقم (2-13): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث للمحور الأول

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن عبارات البعد الثالث البعد القانوني وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.23) وبدرجة تطبيق مرتفع جدا حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 4.20 إلى 5 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الثالث موافقون عليها بدرجة (مرتفعة جدا) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.90-4.62) حيث "العبرة رقم 12 احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.62) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة جدا على أنه توفر

المؤسسة الوثائق الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي، أما "العبارة رقم 11" جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.34) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة جداً، على أن المؤسسة تساهم في الحافظ على البيئة وذلك من خلال القوانين والأنظمة التي تطبقها، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة " بمتوسط حسابي (4.24) ، أما العبارة رقم 15 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.05) ما يدل على أ مبدأ الشفافية ذو مستوى عالي بالمؤسسة، وأخيراً نجد العبارة رقم 13 بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (3.90) ما يثبت على أن إدارة المؤسسة تعترف بحق الممارسة النقابية للعمال.

#### 4. البعد الرابع: البعد الاقتصادي

الجدول رقم (2-14): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع للمحور الأول

| العبارات                                                                   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام للعينة |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------|----------------------|
| 16. تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها.                     | 4,39            | 0,713             | 1       | مرتفع جداً           |
| 17. تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى الأرباح بالمراعاة القدرة الشرائية للزبائن. | 4,28            | 0,821             | 2       | مرتفع جداً           |
| 18. تقوم المؤسسة يخلق فرص عمل الافراد المجتمع.                             | 4,19            | 0,853             | 3       | مرتفع                |
| 19. السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن.                      | 4,17            | 0,913             | 4       | مرتفع                |
| 20. تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.       | 3,99            | 0,024             | 5       | مرتفع                |
| البعد الرابع: البعد الاقتصادي                                              | 4,2067          | 0,70386           |         | مرتفع                |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عبارات البعد الرابع البعد الاقتصادي وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.20) و بدرجة تطبيق مرتفع حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الرابع موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.99-4.39) حيث "العبارة رقم 16 احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.39) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة جداً على أنه تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها، أما "العبارة رقم 17" جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.28) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة جداً، على أنه تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى الأرباح بالمراعاة القدرة الشرائية للزبائن ، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تقوم المؤسسة يخلق فرص عمل الافراد المجتمع" بمتوسط حسابي (4.19) ، أما العبارة رقم 19 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.17) ما يدل على أن السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن، وأخيراً

نجد العبارة رقم 20 بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (3.99) ما يثبت على أن المؤسسة تسعى لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.

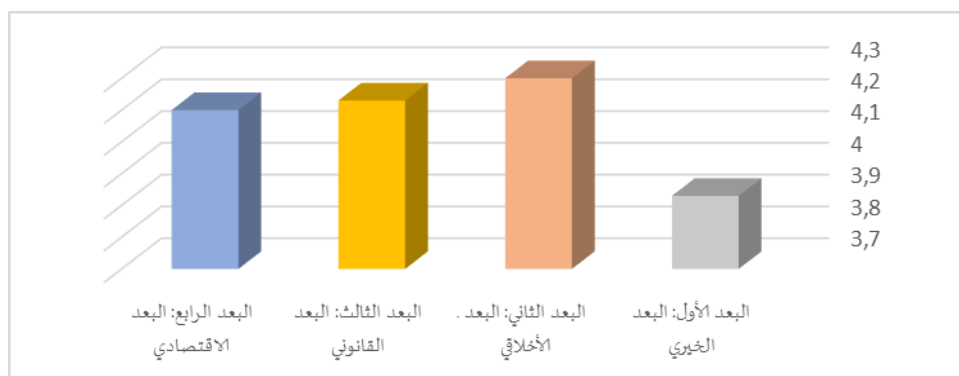
وفيما يلي جدول يلخص ترتيب أبعاد المحور الأول حسب أهميتها بالمؤسسة محل الدراسة.

الجدول رقم (2-15): ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المحور الأول

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

الشكل رقم (05): ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

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

المؤسسات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات محل الدراسة مرتفع كما هو موضح في الشكل أعلاه.

### المطلب الثاني: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

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

#### أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي

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

الجدول رقم (2-16): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة Z المحسوبة قدرت بـ 0.077 حيث نجد مستوى المعنوية للمحور الدراسة 0.079 أكبر من 0.05، وبالتالي فإن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي. ومنه نستنتج أن بيانات محور الدراسة تتوزع طبيعياً، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعلمية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعلمية للإجابة على الفرضيات الموضوعة.

#### ثانياً: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

##### 1. نتائج اختبار الفرضية الأولى

نص الفرضية: يوجد تطبيق للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع

■ فرضية الصفرية  $H_0$  : تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري منخفض

■ فرضية البديلة:  $H_1$  تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع

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

الجدول (2-17): 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 |               |
| 13.475          | 119          | 0.000              | 0.93333             | 0.7962          | 1.0705        | $H_1$         |

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

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

-بناءً عليه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع

## 2. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية



نص الفرضية: تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي مرتفع

▪ فرضية الصفرية  $H_0$  : تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي منخفض

▪ فرضية البديلة:  $H_1$  تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي مرتفع

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

الجدول (2-18): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الثاني)

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

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

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

### 3. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

نص الفرضية: تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع

- فرضية الصفرية  $H_0$  : مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني منخفض
- فرضية البديلة:  $H_1$  تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع

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

الجدول (2-19): اختبار (T) للعينه الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الثالث)

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

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

-بناءا عليه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع

#### 4. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

نص الفرضية: تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع

■ فرضية الصفرية  $H_0$  : تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي منخفض

■ فرضية البديلة:  $H_1$  تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع

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

الجدول (20-2): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الرابع)

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

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

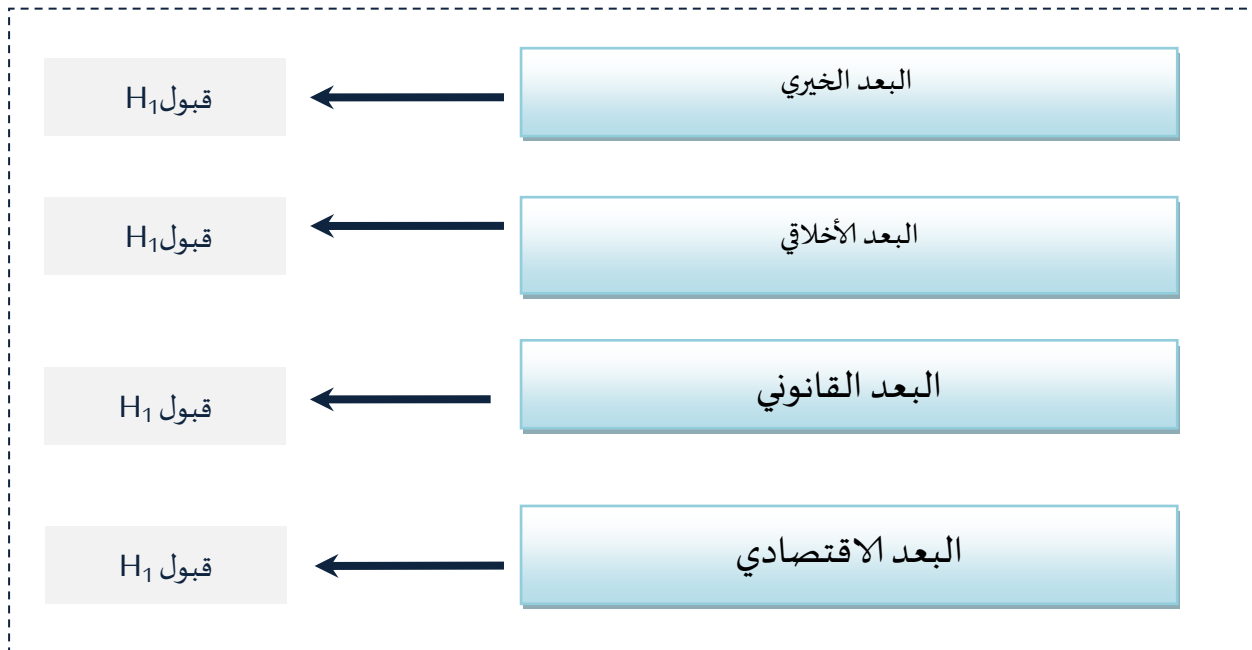
تشير نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية قدرت بـ (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى الخطأ المعياري المفروض ( $\alpha \leq 0.05$ ) فإنه يمكن القول أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل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

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

### ثالثا: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

بعد اختبار الفرضيات الفرعية نستنتج قرار اختبار الفرضية الرئيسية أن هناك تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة من خلال أبعادها الأربعة: البعد الخيري؛ البعد الأخلاقي؛ البعد القانوني؛ البعد الاقتصادي هو مرتفع حسب إجابات عينة الدراسة كما انه يعتبر الية من اليات التفعيل. ويمكن ايجازها في الشكل التالي:

الشكل رقم(06): ملخص اختبار فرضيات الدراسة



المصدر: بالاعتماد على نتائج اختبار الفرضيات

### رابعا : اختبار الفرضية الثانية

توجد علاقة بين اليات التفعيل و تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

الجدول رقم(2-21) : معاملات الانحدار البسيط

| Sig   | B     |                                  |
|-------|-------|----------------------------------|
| 0.000 | 0.864 | تبني المسؤولية الاجتماعية        |
| 0.000 | 0.198 | اليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية |

المصدر: مخرجات spss

**Ho:** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لأليات التفعيل على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.

H1: لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لآليات التفعيل على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.

لدينا مستوى الدلالة  $\text{sig}=0.000$  و هو اقل من مستوى الدلالة المعتمدة (0.05) و منه نقبل الفرضية البديلة H1 و نرفض الفرضية الصفرية H0 ، و عليه يمكن القول ان هناك تأثير ذو دلالة احصائية لآليات التفعيل على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية. و في الاخير نكون قد جوبنا على الفرضية الثانية توجد علاقة بين اليات التفعيل و تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة .

و منه نكون قد اكملنا اختبار فرضياتنا و التي بينت ان اليات التفعيل ضرورية لتبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، كما تبين لنا من اجابات المشاركين ان ثقافة المسير او الثقافة التنظيمية و هي الية من اليات التفعيل لها دور كبير في تفعيل و تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

- بينت النتائج أن هناك تفاوت بين المشاركين في الاطلاع على مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال اجاباتهم و كان هذا من خلال المقابلة التي اجريناها .
- أوضحت نتائج التحليل أن من أهم آليات التفعيل الاطراف الفاعلة في هذا التفعيل، و هي الدولة ، وسائل الاعلام، و كذلك غرفة التجارة و الصناعة .
- بينت نتائج التحليل الاحصائي الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين اليات التفعيل و تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية .
- بينت نتائج التحليل الاحصائي ان البعد الاخلاقي أكثر تطبيقا بالمؤسسات محل الدراسة و هذا ما بيناه في الجانب النظري من هذه الدراسة ان علاقة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية تظهر في السلوك الاداري و القيادي وفقا لمبادئ الاخلاق .

## خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل يتضح ان ممارسة المؤسسات الاقتصادية لدورها الاجتماعي تجاه المجتمع مجسد في عدة برامج اجتماعية ممارسة على ارض الواقع الا أنها ( المسؤولية الاجتماعية) تغيب في بعض المؤسسات الأخرى و هذا راجع الى وجود بعض العراقيل و لعل اهمها : - غياب ثقافة التسيير

- تدني مستوى التعليم .
- عدم الاطلاع على المفاهيم الحديثة في عالم الاعمال .

و هذا لا يمكن تعميمه على كل المؤسسات الاقتصادية الخاصة منها او العامة، فهناك مؤسسات تمارس مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل صحيح و في المقابل مؤسسات أخرى لا تمارس هذا المفهوم و هذا راجع الى ثقافة المسير و مكتسباته العلمية و تكوينه في الميدان .

## خاتمة عامة

## خاتمة:

لقد أهتمت هذه الدراسة بمعرفة أليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ، وذلك لان التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية بأبعادها الاقتصادية والأخلاقية والخيرية من شأنه أن يعمل لتعزيز مكانة المؤسسات و تحويلها من كيان اقتصادي يهدف لتحقيق الأرباح، إلى كيان اجتماعي يساهم في تحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها، وتم ذلك من خلال التعرف على أليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

و بعد معالجتنا لجوانب الموضوع النظرية منها والتطبيقية توصلنا إلى النتائج التالية :

### 1- نتائج الدراسة : توصلنا إلى جملة من النتائج الخاصة بالدراسة النظرية والتطبيقية ونوجزها فيما يلي

#### 1-1 نتائج الجزء النظري :

- ✓ تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة عنصر مهم، حيث يحقق لها العديد من الفوائد الاجتماعية التي لها انعكاسات اقتصادية واجتماعية وبيئية.
- ✓ تفعيل أبعاد المسؤولية الاجتماعية مهم في زيادة ارباح المؤسسة .
- ✓ ساهمت الدراسة في معرفة كيفية تفعيل المسؤولية الاجتماعية من خلال تبني منظمات الأعمال فلسفة المسؤولية الاجتماعية باعتبارها أداة تسويقية فعالة .

#### 2-1 نتائج الجزء التطبيقي:

تم استخلاص مجموعة من النتائج من الدراسة التطبيقية تتمثل فيما يلي :

- ✓ تبين أنه يوجد تطبيق لأبعاد المسؤولية الاجتماعية الأربعة كألية من اليات التفعيل، حيث جاء البعد الأخلاقي المرتبة الأولى و يليه البعد القانوني و يليه البعد الاقتصادي و يليه البعد الخيري و توافق هذه النتيجة ما توصلت اليه دراسة **محمد قوجيل و احمد سلامي** الى ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين مختلف العوامل الداخلية و الخارجية و ابعاد المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ تبين أن المؤسسات محل الدراسة، تتبنى سياسات لإكتساب مكانة في المجتمع من خلال تطبيق المسؤولية الاجتماعية.



اعتمد من خلال دراستنا إلى اختبار صحة الفرضيات الفرعية والفرضية الرئيسية اعتمادا على تحليل الانحدار بين المتغير المستقل و هو أبعاد المسؤولية الاجتماعية ( البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الخيري ) المتغير التابع المؤسسة الاقتصادية .

من خلال اختبار فرضيات الدراسة وربط الفرضيات بالنتائج توصلنا إلى:

بهدف التأكد من صحة فرضيات الدراسة قمنا باختبار هذه الفرضيات باستخدام معامل الانحدار.

1- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وتحقيق المؤسسة الاقتصادية لأهدافها.

2- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبُعدي المسؤولية الاجتماعية وهما بعد القانوني والخيري .

\*من خلال الاجابات عموما نجد ان المؤسسات المختارة كعينة للدراسة تعتمد على البعد الاقتصادي كأحد ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

\* من خلال الاجابات عموما نجد ان المؤسسات المختارة كعينة للدراسة تعتمد على البعد القانوني كأحد ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

\* من خلال الاجابات عموما نجد ان المؤسسات المختارة كعينة للدراسة تعتمد على البعد الأخلاقي كأحد ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

\* من خلال الاجابات عموما نجد ان المؤسسات المختارة كعينة للدراسة تعتمد على البعد الخيري كأحد ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

\* انه هناك وعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية و لكن هذا الوعي مرتبط بثقافة المسير أي ان هناك مؤسسات ليس لها وعي كافي بهذا المفهوم .

\* وجود آليات تفعيل واضحة كال دعم و التحفيز و المساندة و المرافقة من طرف الدولة و بعض الهيئات الاخرى لتشجيع تبني المسؤولية في المؤسسة الاقتصادية ، و هذا ما توصلت اليه دراسة أحمد حفيظي أن هناك العديد من الاطراف الفاعلة التي تعمل على تسهيل تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.

## توصيات الدراسة

- خلق كيانات قانونية (وحدات، إدارات) تكون مهمتها تأكيد الالتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية؛
- تخصيص ميزانيات محددة وبشكل منتظم لدعم أنشطة هذه الوحدات وإعطائها الاستقلالية لدعم برامجها.
- يجب فصل هذه الميزانيات عن الميزانية الأساسية لكي لا تتأثر بعوامل الربح والخسارة، ومن ثم يتم إيقافها في حالات الخسارة.
- وضع أولويات الدعم ونظم إدارتها عن طريق فروع المؤسسات المحلية لقربها من الواقع المحلي وتقديم المنفعة القصوى.
- دعم تطوع الموظفين بحيث يكون جزء من استراتيجية العمل لدى المؤسسة والذي بدأ يأخذ منحى الأهمية والانتشار.
- تصميم وتنفيذ برامج مشاركة الموظفين إما عن طريق لجان داخلية (داخل المؤسسة) وإشراك في الجمعيات الأهلية المحلية والمؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني ؛
- سن الأنظمة والقوانين وتطوير نظم وآليات العمل.
- وضع المعايير يشجع التنافس في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- دعم البحث العلمي لخلق ثقافة علمية أكاديمية.
- نشر الوعي الثقافي لدى المجتمع.
- تدريب المتطوعين والقائمين على المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.
- لفت نظر المسؤولين ومتخذي القرار إلى أهمية هذا الجانب.
- حفز التواصل والتنافس بين المؤسسات لتصميم وإدارة أعمال المسؤولية الاجتماعية.
- خلق تحول اجتماعي تجاه المسؤولية الاجتماعية

- آفاق الدراسة :

من المواضيع التي نرى أنه ضرورية لدراسات مستقبلية و خاصة المتعلقة بعنصر المسؤولية الاجتماعية :

- دراسة آليات أخرى لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية .
- دور المسؤولية الاجتماعية في كسب ولاء الزبون للمؤسسات الاقتصادية .
- تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الحفاظ على سمعة المؤسسات الاقتصادية.
- أثر المسؤولية الاجتماعية على الحصة السوقية للمؤسسات الاقتصادية.

## قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

### أولاً: المراجع باللغة العربية

#### ❖ الكتب :

1- أحمد محيي خلف صقر، المسؤولية المجتمعية في العالم العربي والعالمي، دار التعليم الجامعي، بدون سنة

2- أحمد محيي خلف صقر، المسؤولية المجتمعية في العالم العربي والعالمي، انظر الرابط

<https://www.neelwafurat.com>

3- إبراهيم الفقي، فن خدمة العملاء و كيفية المحافظة عليهم، بداية إنتاج والنشر و التوزيع، ط 1، مصر، 2010 .

4- ثامر ياسر البكري، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان-الأردن، سنة 2001 .

5- خالد قاشي، رمزي بدرجة، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، سنة 2018 .

6 - رضا فولى عثمان ثابت حسن، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و الشركات بين المقاربات النظرية و الممارسات التطبيقية، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية، برلين - ألمانيا، سنة 2018 .

7- رضا فولى عثمان ثابت حسن، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و الشركات بين المقاربات النظرية و الممارسات التطبيقية، أنظر إلى الرابط <https://democraticac.de> .

8- عبد الرزاق سالم الرحاحلة، المسؤولية الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2011.

9- علاء فرحان طالب، أميرة الجنابي، إدارة المعرفة (إدارة معرفة الزبون )، دار صفاء للنشر و التوزيع ، ط1، عمان - الاردن، 2009 .

10- علاء عباس علي، ولاء المستهلك كيفية تحقيقه و الحفاظ عليه، الدار الجامعية - الإسكندرية، 2009 .

11- محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر، ط 4، عمان - الاردن، 2004 .

12- محمد عبد العظيم أبو النجا، إدارة التسويق مدخل معاصر، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008 .

13- محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، سنة 2019 .

14- يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، إدارة علاقات الزبون، الوراق للنشر و التوزيع، ط1، الأردن

#### ❖ الرسائل و الأطروحات :

1- أحمد عبد العباس الموسوي، أبعاد التسويق بالعلاقات وتأثيره في تحقيق ولاء الزبون، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، العراق، 2013 .

2- بن عليوش توفيق، دور التوجه السوقي في تعزيز ولاء العميل، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص دراسات و بحوث تسويقية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2016/2017 .

3- بوبلال نجا، تأثير أفراد المؤسسة الصحية على ولاء الزبون "دراسة عينة من زبائن مصحة عادة بورقلة"، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تسويق خدمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة -الجزائر، 2018 .

4- خليل وليد، دور التسويق المباشر في تحقيق ولاء الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص دراسات و بحوث تسويقية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف 1، 2016 .

5- زهوة خلوط، التسويق الابتكاري و أثره على ولاء الزبائن دراسة حالة "مؤسسة اتصالات الجزائر"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2013/ 2014 .

6- الطاهر خاصرة، المسؤولية البيئية و الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد و تسيير البيئة، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، سنة 2007.

7- طارق بورناني، دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وفق معيار إيزو 26000 في حماية المستهلك من الخداع التسويقي، دراسة حالة مؤسسة كوندو، أطروحة الدكتوراه الطور الثالث LMD في العلوم التجارية، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، سنة 2021 .

8- فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا الزبون المستهلك، دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين و المستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية، أطروحة الدكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال، كلية الإدارة و الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، الجمهورية اليمنية، سنة 2003 .

9- ميساء بوزكري، سلمى ياسمين بن يزار، تأثير خدمات الاتصال على ولاء الزبون، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2019/ 2020 .

10- واله عائشة، أهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون، مذكرة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة الجزائر 3، 2010/ 2011.

## ❖ المؤتمرات و الملتقيات :

- 1- بربري محمد أمين، كريفار مراد، دور و أهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث عشر حول : دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة -الواقع الرهان- سنة 2016 و ص 4 .
- 2- سمية بن عمارة و آخرون، دور أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المنظمات، ملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، الطبعة الثالثة: أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، سنة 2017 .
- 3- ليث الربيعي، أخلاقيات التسويق و المسؤولية الاجتماعية، المؤتمر الثالث للمسؤولية الاجتماعية حول : شركات و مؤسسات الأعمال و التنمية المستدامة، عمان - الأردن ،سنة 2010.
- 4- محمد قوجيل، احمد سلامي، العوامل المؤثرة على تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية، الملتقى الدولي، سنة 2017 .

## ❖ الدوريات و المجلات :

- 1- بن عواق شرف الدين أمين، دور اتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية في دعم نظام الإدارة البيئية داخل المؤسسة، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 6، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر، سنة 2014 .
- 2- د. رحاب عبد العال محمد، الشراء العفوي وعلاقته بالتقييمات السلبية لدى المستهلكين بعد الشراء والولاء للمتجر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2014 .
- 3- سالم يعقوب، قواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل دراسة المفاهيمية ، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، العدد 3، المجلد 9، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر، السنة 2021 .



4 - ضيف الله محمد الهادي، لبزة هشام، أثر سياسات المسؤولية الاجتماعية على إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية، مجلة رؤى الاقتصادية، العدد 2، المجلد 7، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر، سنة 2017 .

5- علي عدنان حسن، الإعلان و تأثيره في ولاء الزبون، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، العدد 04 ،المجلد 07، جامعة قناة السويس، 2016 .

6- عادل عزت محمد عيد، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص و دورها في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة جامعة أم القرى، المجلد 11، العدد 2، سنة 2019 .

7- فواز أيوب المومني، محمد خالد المعاني، المسؤولية الاجتماعية و علاقتها ببعض المتغيرات البيئية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، المجلد 15، العدد 2، سنة 2017.

8- يحيوي نعيمة، نماذج عن بعض الشركات العالمية والإسلامية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، مجلة المالية والأسواق، سنة 2015.

#### ❖ التقارير و الندوات :

1- رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، و العشرون حول التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في السورية، دمشق، سنة 2011 .

#### ثانيا: المراجع باللغة الاجنبية :

#### 2.1-.....

1-Belinda Dapi , Max Well Agabu Phiri, Impact of Corporate Social Responsibility On Brand Loyalty , Journal of Governance and Regulation / Volume 4, Issue 4, 2015 .

2- Benjamin Ohene Bediko , Impat of Social Responsibility on Customer loyalAcaseStudyof Stanbed Tours KY,VAASAN AMMATIKORKEAKOULU University of Applied Sciences , International Business , 2017.

3-Eunil Park, Ki Joon Kin ,Sang Jib Kwon , Corporate Social Responsibility As a Determant Of Customer loyalty : An Examination Of Ethical Standard , Satisfaction, And Trust, Journal of Business Research 76\_13-8 2017

- 4-Muhammad Haroon Rehan Muhammad Siddique And Mati Ullah Kgan , Mediating Of Customer Trust In Connecting Social Responsibility And Customer loyalty , Ilkogretim Online - Elementary Education Online; Vol 19 (Issue 3): pp. 2503-2509 , 2020 .
- 5- Mbaye Fall Diallo, Christine Lambey, Checchin , Relation Ship Between C.S.R and Customer loyalty What Lesson For Retailers?, RIODD, Jul 2016, Saint-Étienne, France. hal-01349979 ,2016.
- 6-Sohial Aslam, Maqsood Ahmed, Hafiz Fawad And Sarmad Ejaz , Impact of Corporate Social Responsibility on Customer loyalty Through Satisfaction And Customer Trust : A Serial Mediation Model, Journal of ISOSS , Vol. 7(2), xx-xx 2021.
- 7-Sung-Bum Kim and Dae-Young Kim, Impact of Corporate Social Responsibility Services Quality and Transparency on Relation Ship Quality and Customer loyalty in The Hotel Industry , Journal of Sustainability and Social Responsibility ,1:39–55 DOI 10.1186/s41180-016-0004-1, 2016.
- 8-Tahir Islam, Rauf Islam, Abdul Hameed Pitafi , Liang Xiaobei , Mahmood Rehmani , Muhammad Irfan , Muhammd Shujaat Mubark , The Impact Of Corporate social responsibility On customer loyalty : The Mediating Role Of Corporate Reputation , Customer Satisfaction . And Trust, *Sustainable Production and Consumption , journal* , 25 , 123–135 , 2021 .
- 9- Waris Ali , Yu Dami,Badar Latif, Rahama Kouser And Salah Baqader , Corporate social responsibility And customer loyalty In Food Chain-Mediating Role Of Customers Satisfaction and Corporate Reputation , Sustainability journal, 13, 8681 2021 .

# الملاحق

## الملاحق:

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة حمة لخضر الوادي

قسم علوم التسيير

### دليل مقابلة مذكرة بعنوان:

اليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

### البيانات الشخصية:

- العمر:
- المستوى التعليمي:
- الخبرة المهنية:
- المنصب الحالي:

### اسئلة حول الموضوع حسب فرضيات الدراسة:

1- ماذا يعني مفهوم المسؤولية الاجتماعية لديك؟

.....

2- هل تساهم في تقديم حلول لمشاكل يواجهها افراد المجتمع كمشكل البطالة؟

.....

3- هل تقوم بتقديم المساندة و الدعم لفئات من المجتمع؟

.....

4- هل تنتظر دعم و تحفيز من طرف الدولة للقيام بمسؤولياتك وواجباتك اتجاه المجتمع؟

.....

5- كيف تقيم الاداء الاجتماعي للمؤسستك الاقتصادية اثناء جائحة كورونا؟

.....

6- هل لديك اطلاع على تجارب الدول الاخرى الممارسة للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية؟

.....

7- ما هي الدوافع و المحفزات التي تشجعك على ممارسة مسؤولياتك الاجتماعية؟

.....

8- المؤسسة الاقتصادية ليست مسؤولة اتجاه المجتمع لان القانون و التشريعات لا تلزمها بذلك ؟

.....

9- هل تعتبر حل مشاكل المجتمع من مهام الدولة فقط ؟

.....

10- هل لديكم مبادرات اجتماعية قمتم بها ؟

.....

11- هل لكم أي علاقة مع جمعية حماية المستهلك و الجمعيات الخيرية ؟

.....

12- هل أي علاقة مع وسائل الاعلام مع توضيح نوع هذه العلاقة ؟

.....

13- في اطار عملكم هل تعملون بالتنسيق مع غرفة التجارة و الصناعة كإعلامكم مثلا بشروط التصدير و الاستيراد إن وجدت ؟

.....

14- هل تقوم مؤسستكم الاقتصادية برعاية نشاطات رياضية و أحداث ثقافية ؟

.....

15- هل تقوم مؤسستكم الاقتصادية بتدريب و تكوين الافراد لمنحهم خبرة في الميدان ؟

.....

16- هل تعطي مؤسستكم الاقتصادية تسهيلات للباحثين و الطلبة المتخرجين لإجراء تريبصاتهم و بحوثهم الميدانية ؟

.....

ملحق رقم 02: قائمة الأساتذة المحكمين للاستبانة



جامعة الشهيد حمه لخضر



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

تخصص : إدارة الأعمال

قائمة الأساتذة المحكمين للاستبانة

| الرقم | لقب و اسم الأستاذ | الدرجة العلمية | الإمضاء |
|-------|-------------------|----------------|---------|
| 01    |                   |                |         |
| 02    |                   |                |         |
| 03    |                   |                |         |
| 04    |                   |                |         |
| 05    |                   |                |         |

ملحق رقم 02: أداة الدراسة

تتطلع الطالبتان الى دراسة بعنوان آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية .  
و من أجل ذلك قامت الطالبتان بوضع استبيان لغرض قياس بعض متغيرات الدراسة .  
لذا نرجو تعاونكم و التكرم بالإجابة على فقرات الاستبيان بكل صراحة و موضوعية ، و ذلك  
بوضع اشارة (x) امام كل فقرة توضح درجة موافقتك عليها .  
نشكركم على مشاركتكم في ملء هذا الاستبيان .

الطالبتان

الجزء الاول:

الجنس:

☐ ذكر ☐ انثى

الاقدمية :

☐ اقل من سنة  
☐ من سنة الى 5 سنوات  
☐ من 5 سنوات الى 10 سنوات  
☐ من 10 سنوات فما فوق

المستوى التعليمي :

☐ ثانوي  
☐ جامعي  
☐ دراسات عليا



## الجزء الثاني :

## معايير الاستبيان

المحور الاول : آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعاد كارول

| الرقم | العبارة                                                                               | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 1     | تقدم المؤسسة مساعدات و تبرعات للمشاريع الخيرية                                        |            |       |       |           |                |
| 2     | تساهم المؤسسة بمساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل و الحرائق و غيرها |            |       |       |           |                |
| 3     | تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل لذوي الاحتياجات الخاصة                               |            |       |       |           |                |
| 4     | تقدم المؤسسة تسهيلات و مساعدات لاداء مناسك الحج و العمرة                              |            |       |       |           |                |
| 5     | تساهم المؤسسة في احياء الاعياد و المناسبات الدينية و الوطنية و تقديم هدايا معتبرة     |            |       |       |           |                |
| 6     | تؤكد المؤسسة على ضرورة الوضوح في المعاملات ( بيع و شراء )                             |            |       |       |           |                |
| 7     | تحترم المؤسسة العادات و التقاليد و الاعراف السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه           |            |       |       |           |                |
| 8     | تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها                               |            |       |       |           |                |
| 9     | مراعاة مبادئ حقوق الانسان من اجل تحقيق الاهداف مشاركة بين المؤسسة و المجتمع           |            |       |       |           |                |
| 10    | تحارب المؤسسة بكل جدية و صرامة الفساد الاداري بأنواعه                                 |            |       |       |           |                |
| 11    | تساهم المؤسسة في الحفاظ على البيئة و ذلك من                                           |            |       |       |           |                |

|  |  |  |  |  |                                                                              |    |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------|----|
|  |  |  |  |  | خلال القوانين                                                                |    |
|  |  |  |  |  | توفر المؤسسة الوثائق الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي | 12 |
|  |  |  |  |  | تعترف ادارة المؤسسة بحق الممارسة النقابية للعمال                             | 13 |
|  |  |  |  |  | تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية و صرامة                  | 14 |
|  |  |  |  |  | الشفافية في المؤسسة ذات مستوى عالي                                           | 15 |
|  |  |  |  |  | تسعى المؤسسة في تعظيم ايراداتها بالتحكم في تكاليفها                          | 16 |
|  |  |  |  |  | تعمل المؤسسة على تحقيق اقصى الارباح بمراعاة القدرة الشرائية للزبائن          | 17 |
|  |  |  |  |  | تقوم المؤسسة بخلق فرص عمل لافراد المجتمع                                     | 18 |
|  |  |  |  |  | السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن                             | 19 |
|  |  |  |  |  | تسعى المؤسسة لتحسين اجور العاملين بهدف الرفع من قدراتهم الشرائية             | 20 |

## المحور الثاني : تبني و تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

| الرقم | العــــــــبــــــــارة                                                                       | موافق<br>بشدة | موافق | محايد | غير<br>موافق | غير موافق<br>بشدة |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------|-------|--------------|-------------------|
| 1     | الالتزام بالمبادئ الاخلاقية                                                                   |               |       |       |              |                   |
| 2     | التعاون مع المجلس الوطني للبحث العلمي و التكنولوجيا                                           |               |       |       |              |                   |
| 3     | دورة تكوينية في الاتصال الداخلي و الخارجي                                                     |               |       |       |              |                   |
| 4     | التبني الطوعي لتطبيق معيار ايزو (26000)<br>المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية                      |               |       |       |              |                   |
| 5     | حملات التضامن لمتضررين من الحرائق و الزلازل و الفياضانات                                      |               |       |       |              |                   |
| 6     | تجهيز المدارس و المراكز الصحية                                                                |               |       |       |              |                   |
| 7     | منح الاعانات للعائلات الفقيرة خاصة في شهر رمضان                                               |               |       |       |              |                   |
| 8     | توفير الواح الطاقة الشمسية خاصة في مناطق الظل                                                 |               |       |       |              |                   |
| 9     | دعم جهود الدولة لمكافحة فيروس كورونا من خلال التبرعات و الاعانات لتجسيد شعار المؤسسة المواطنة |               |       |       |              |                   |
| 10    | مساعدة الجمعيات و البدو الرحل                                                                 |               |       |       |              |                   |

## سوناطراك تطلق دورة تكوينية في الاتصال الداخلي و الخارجي



## سوناطرك توقع على اتفاقية تعاون مع المجلس الوطني للبحث العلمي والتكنولوجيات



سوناطراك: إنطلاق أشغال لجنة تحضير نظامي المسؤولية المجتمعية "إيزو 26000" و إدارة مكافحة  
"الفساد والرشوة" إيزو 37001





تخفيف عبئ البطالة على المجتمع من طرف شركة بولال

