



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية - الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مخبر التنمية الادارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

شعبة علوم التسيير

تخصص: إدارة وتسيير منظمات الأعمال

بـعـنـوان:

مدى إدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية

من وجهة نظر إطارات المؤسسات الاقتصادية

- دراسة ميدانية -

إعداد الطالب: بسطامي فتحي

نوقشت وأجيزت بتاريخ: 25 نوفمبر 2021، بتقدير: مشرف جدا

أمام اللجنة المكونة من السادة:

1/	رميلة لعمور	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية	رئيسا
2/	مهدي شرقي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة غرداية	مقررا
3/	محمد زوزي	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية	مقررا ثانيا
4/	فتحي حنيش	أستاذ محاضر (أ)	جامعة غرداية	ممتحنا
5/	طاهر خامرة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة ورقلة	ممتحنا
6/	محمد السعيد جوال	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الجلفة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021



Ministry of Higher Education and Scientific Research

University of Ghardaia - Algeria



Faculty of Economic Sciences, Commercial Sciences and Management Sciences

Department of Management Sciences

Administrative development laboratory to upgrade economic institutions

PhD Thesis Third Phase

field of Economic Sciences, Commercial Sciences and Management Sciences

Division: Management Sciences

Specialty: Administration and Management of Business Organizations

Title:

**The extent to which business organizations are aware
of social responsibility from the point of view of the
frameworks of economic institutions**

- A field study -

Prepared by: Bastami Fathi

Discussed and approved on: 25/11/2021

By the committee composed of:

Remila Laamour	Prof	University of Ghardaia	President
Mehdi Chergui	Lecturer Class "A"	University of Ghardaia	Rapporteur
Mohamed Zezi	Prof	University of Ghardaia	Rapporteur 2nd
Fethi Hanniche	Lecturer Class "A"	University of Ghardaia	Examiner
Tahar Khamra	Lecturer Class "A"	University of Ourgla	Examiner
Mohamed Djoual	Lecturer Class "A"	University of Djelfa	Examiner

Academic Year: 2021/2022

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ
وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا
الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

سورة الأحزاب آية 72

شكر وتقدير

الحمد لله وحده لا شريك له والشكر له على فضله وإحسانه، وعلى كرمه وتوفيقه لنا في إنجاز هذا العمل، والصلاة والسلام على محمد وآله وصحبه أجمعين.

أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المحترم الدكتور مهدي شرقي، الذي أشرف على هذا العمل وإخراجه في شكله الحالي.

كما أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المحترم الدكتور زوزي محمد، الذي كان مشرفاً مساعداً على الأطروحة.

وبالشكر الجزيل لجميع أعضاء أعضاء لجنة المناقشة.

وأتقدم بالشكر الجزيل للأساتذة: الدكتورة الكريمة لعمور رميلة والدكتور يوسف خنيش والدكتور رواني بوحفص والدكتور سليمان بلعور والدكتور شيبوط سليمان، ولصديقي أحمد تاوتي، وجميع الأساتذة الذين دعمونا وشجعونا على إنجاز هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من درسي في جميع المراحل الدراسية.

وأشكر جميع من قدم لنا التوجيه والنصيحة ولم يسعنا المقام لذكره.

فتحي بسطامي

إهداء

أهدي هذا العمل...

الى والدي الكريمة أطال الله في عمرها ورزقها الله الصحة والعافية...

الى روح والدي رحمه الله وغفر له وجعل قبره روضة من رياض الجنة...

الى زوجتي العزيزة وفقها الله لما يحبه ويرضاه...

الى إخوتي وأخواتي رقية، كمال، نورالدين، ميلود، نورة، أمينة، محمد، حفظهم الله

ورعاهم...

الى أبنائي أمين، أمير، بشرى، سارة...

الى كل من ساعدني وشجعني على النجاح وطلب العلم...

ونسأل الله التوفيق والسداد، والحمد لله رب العالمين.

فتحي بسطامي

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة مدى توافر الإدراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لدى إطارات المؤسسات الاقتصادية، وتحديد مستوى الادراك والفروقات بين أفراد العينة، ومصدر تعرف أفراد العينة على مصطلح المسؤولية الاجتماعية، وقد أجريت هذه الدراسة على عدد من المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة، حيث شملت المؤسسات التالية: (مؤسسة اتصالات الجزائر، مؤسسة سونلغاز، مؤسسة نفضال)، وقد تم استعمال أداة الاستبانة لمعرفة توجهات العينة المستهدفة بخصوص الموضوع بناء على الأبعاد التي وضعها الباحث كارول كما يلي: (الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي، الخيري)، معتمدين على المنهج الوصفي لمختلف الجوانب المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في الجانب النظري، ومنهج التحليل للدراسة الميدانية في الجانب التطبيقي بإسقاط الدراسة على عينة المؤسسات الاقتصادية النشطة بمدينة الجلفة، حيث تم توزيع 120 استبانة على مختلف إطارات المؤسسات الاقتصادية المعنية، ولقد تم استرجاع 108 استبانة صالحة للدراسة، وتم تحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية بنسخته الحديثة SPSS v26.

توصلت الدراسة إلى مجموعة النتائج التالية:

- يوجد إدراك لدى عينة إطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بأهمية المسؤولية الاجتماعية؛
- يوجد مستوى مرتفع من الادراك لدى عينة إطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية؛
- توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية من حيث (العمر، المؤهل العلمي، مؤسسة العمل) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة؛
- لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية من حيث (النوع، سنوات الأقدمية) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة؛
- تظهر نتائج الدراسة أن أغلب إطارات المؤسسات تعرفت على مصطلح المسؤولية الاجتماعية من خلال وسائل الاعلام والمعاهد والجامعات بينما كان دور المؤسسات محل الدراسة ضعيفا في توعية الاطارات بمصطلح المسؤولية الاجتماعية.

كلمات مفتاحية: مسؤولية اجتماعية، إدراك منظمات الأعمال، مدينة الجلفة.

Abstract:

This study aims to find out the extent of awareness of the importance of social responsibility for organizations among the frameworks of economic institutions, and to determine the level of perception and the differences between the sample members, and the source of the sample members' knowledge of the term social responsibility. This study was conducted on a number of economic institutions in the city of Djelfa, which included the following institutions : (Algeria Telecom Corporation, Sonelgaz Corporation, Neftal Corporation), the questionnaire tool was used to find out the trends of the target sample regarding the subject based on the dimensions set by the researcher Carol as follows: (economic, legal, moral, charitable), Relying on the descriptive approach of various aspects related to social responsibility in the theoretical aspect, and the analysis approach for the field study in the practical aspect by dropping the study on a sample of active economic institutions in the city of Djelfa, where 120 questionnaires were distributed to the various frameworks of the concerned economic institutions, and 108 valid questionnaires were retrieved for the study, It was analyzed using the statistical package program in its modern version, SPSS v26.

The study reached the following set of results:

- There is an awareness among the sample of the frameworks of the economic institutions under study of the importance of social responsibility;
- There is a high level of awareness among the sample of the frameworks of the economic institutions under study of social responsibility;
- There are differences in the perception of the social responsibility of organizations due to personal and functional characteristics in terms of (age, educational qualification, work institution) among the tires in the sample of the economic institutions under study in the city of Djelfa;
- There are no differences in the perception of the social responsibility of organizations due to personal and functional characteristics in terms of (gender, years of seniority) among the tires in the sample of the economic institutions under study in the city of Djelfa;
- The results of the study show that most of the institutions' frameworks learned the term social responsibility through the media, institutes and universities, while the role of the institutions under study was weak in educating the tires with the term social responsibility.

Keywords: Social Responsibility, Awareness of Business Organizations, Djelfa City.

قائمة المحتويات

IV	شكر وتقدير
V	إهداء
VI	الملخص بالعربية:
VII	الملخص بالإنجليزية:
VIII	قائمة المحتويات
XI	قائمة الجداول
XIII	قائمة الأشكال
XIV	قائمة الملاحق
ب	تمهيد:
1	الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية
2	تمهيد الفصل:
3	المبحث الأول: ماهية منظمات الأعمال
3	المطلب الأول: مفهوم وأهداف منظمات الأعمال
7	المطلب الثاني: أهمية ووظائف منظمات الأعمال
11	المطلب الثالث: بيئة وسمات منظمات الأعمال
15	المطلب الرابع: المؤسسات الاقتصادية في الجزائر
22	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات
22	المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات
39	المطلب الثاني: أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات
50	المطلب الثالث: النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات
57	المطلب الرابع: المواصفة القياسية الدولية ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية
63	المبحث الثالث: إدراك وممارسات المسؤولية الاجتماعية داخليا وخارجيا لدى منظمات الأعمال
64	المطلب الأول: المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية

67.....	المطلب الثاني: إدراك المسؤولية الاجتماعية لدى منظمات الأعمال
71.....	خلاصة الفصل:
72.....	الفصل الثاني: الأدبيات التطبيقية لإدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية
73.....	تمهيد الفصل:
74.....	المبحث الأول: عرض الدراسات السابقة العربية والاجنبية
75.....	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية
91.....	المطلب الثاني: عرض الدراسات السابقة باللغات الأجنبية
102.....	المبحث الثاني: مناقشة الدراسات السابقة وما يميز الدراسة الحالية
102.....	المطلب الأول: مناقشة الدراسات السابقة
106.....	المطلب الثاني: ما يميز الدراسة الحالية والفجوة البحثية
109.....	خلاصة الفصل:
110.....	الفصل الثالث: الطريقة والأدوات
111.....	تمهيد الفصل:
112.....	المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية وطريقة إجرائها
112.....	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
122.....	المطلب الثاني: الاطار المنهجي للدراسة ومصادر البيانات
123.....	المبحث الثاني: طرق المعالجة الإحصائية وبناء وتطوير أداة الدراسة
124.....	المطلب الأول: المفاهيم الإحصائية المستخدمة في الدراسة
125.....	المطلب الثاني: طرق قياس الاتجاهات
127.....	المطلب الثالث: بناء وتطوير أداة الدراسة
137.....	خلاصة الفصل:
138.....	الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها
139.....	تمهيد الفصل:
140.....	المبحث الأول: تحليل فقرات الاستبيان واختبار الفرضيات
140.....	المطلب الأول: التحليل الوصفي لنتائج الاستبيان
148.....	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الأولى

قائمة المحتويات

153	المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الثانية.....
163	المطلب الرابع: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة.....
171	المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة.....
171	المطلب الأول: مناقشة النتائج المتعلقة بتوافر ومستوى الادراك للمسؤولية الاجتماعية.....
174	المطلب الثاني: مناقشة النتائج المتعلقة بالفروقات في الادراك للمسؤولية الاجتماعية لدى أفراد عينة الدراسة.....
176	خلاصة الفصل:
178	خاتمة:
182	قائمة المراجع.....

قائمة الجداول

46	الجدول (1-1) ابعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية
56	الجدول (2-1) أصحاب المصلحة في المؤسسة وأهدافهم
61	الجدول (3-1) هيكل المواصفة القياسية ISO 26000
87	الجدول (1-2) ملخص الدراسات السابقة باللغة العربية
99	الجدول (2-2) ملخص الدراسات السابقة باللغة الفرنسية
108	الجدول (3-2) الفجوة البحثية
121	الجدول (1-3) مؤسسات محل الدراسة والاستثمارات الموزعة
125	الجدول (2-3) الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الاستبيان
126	الجدول (3-3) المتوسطات المرجحة والاتجاه الموافق لها
127	الجدول (4-3) المتوسطات المرجحة للأبعاد والمتغيرات والمستويات الموافقة لها
131	الجدول (5-3) يوضح مدى الاتساق الداخلي بين فقرات كل محور مع الدرجة الكلية لهذا المحور
132	الجدول (6-3) يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة
132	الجدول (7-3) معاملات الثبات لمحاور الدراسة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ
133	الجدول (8-3) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد الاقتصادي
134	الجدول (9-3) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد القانوني
134	الجدول (10-3) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد الأخلاقي
135	الجدول (11-3) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد الخيري
135	الجدول (12-3) مصفوفة قياس ثبات نتائج دراسة ثبات متغير المسؤولية الاجتماعية
136	الجدول (13-3) إختبار إعتدالية التوزيع كوجمروف-سيميرنوف
140	الجدول (1-4) توزيع عينة الدراسة حسب النوع
141	الجدول (2-4) توزيع عينة الدراسة حسب العمر
142	الجدول (3-4) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي
144	الجدول (4-4) توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

قائمة الجداول

145	الجدول (4-5) توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة
146	الجدول (4-6) توزيع عينة الدراسة حسب طريقة التعرف على المسؤولية الاجتماعية
148	الجدول (4-7) إختبار المعنوية لمحور لأهمية المسؤولية الاجتماعية
149	الجدول (4-8) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الاقتصادي
150	الجدول (4-9) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الاخلاقي
151	الجدول (4-10) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الاخلاقي
152	الجدول (4-11) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الخيري
155	الجدول (4-12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد الاقتصادي
157	الجدول (4-13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد القانوني
159	الجدول (4-14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد الاخلاقي
161	الجدول (4-15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد الخيري
162	الجدول (4-16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لمستوى الادراك للمسؤولية الاجتماعية
163	الجدول (4-17) اختبار تباين الفروقات للمسؤولية الاجتماعية حسب النوع
164	الجدول (4-18) اختبار تباين الفروقات للمسؤولية الاجتماعية حسب العمر
165	الجدول (4-19) اختبار المقارنة البعدية للمسؤولية الاجتماعية حسب العمر
166	الجدول (4-20) اختبار تباين الفروقات للمسؤولية الاجتماعية حسب المؤهل العلمي
167	الجدول (4-21) اختبار المقارنة البعدية للمسؤولية الاجتماعية حسب المؤهل
168	الجدول (4-22) اختبار تباين الفروقات للمسؤولية الاجتماعية حسب سنوات الأقدمية
169	الجدول (4-23) اختبار تباين الفروقات للمسؤولية الاجتماعية حسب مؤسسة العمل
169	الجدول (4-24) اختبار المقارنة البعدية للمسؤولية الاجتماعية حسب مؤسسة العمل

قائمة الأشكال

الشكل (1) بناء نموذج الدراسة.....	ذ
الشكل (1-1) الخصائص المشتركة للمنظمات.....	5
الشكل (2-1) هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية.....	41
الشكل (3-1) عناصر المسؤولية الاجتماعية.....	50
الشكل (4-1) أصحاب المصلحة الأساسيين.....	54
الشكل (5-1) أصحاب المصلحة الثانويين.....	55
الشكل (6-1) مجالات الاهتمام للمواصفة القياسية ISO 26000.....	59
الشكل (1-2) مخطط عرض الدراسات السابقة.....	74
الشكل (1-3) بناء نموذج الدراسة.....	123
الشكل (1-4) توزيع عينة الدراسة حسب النوع.....	141
الشكل (2-4) توزيع عينة الدراسة حسب العمر.....	142
الشكل (3-4) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.....	143
الشكل (4-4) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الأقدمية.....	144
الشكل (5-4) توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة.....	145
الشكل (6-4) توزيع عينة الدراسة حسب طريقة التعرف على المسؤولية الاجتماعية.....	147
الشكل (7-4) مقارنة بين نموذج كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ونموذج نتائج الدراسة الحالية.....	173

قائمة الملاحق

193	الملاحق
193	1- أداة الدراسة:
198	2- قائمة المحكمين للاستبيان:
198	3- الصدق البنائي:
203	4- ثبات أداة الدراسة:
205	5- الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة:
207	6- اختبار المعنوية:
208	7- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية:
209	8- إختبار الفروقات:
211	9- إختبارات المقارنة البعدية:
212	10- المقارنة البعدية لفروق مؤسسة العمل
212	11- إختبار إعتدالية التوزيع
213	11- أنموذج الدراسة بعد نتائج الدراسة الميدانية

مقدمة

تمهيد:

يكتسي موضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات أهمية كبيرة سواء عند الباحثين أو المنظمات الدولية و المحلية نظرا لمخلفات عمليات الانتاج على المجتمعات والبيئة، خاصة مع ظهور جائحة كوفيد-19 والتي ضرب العالم بداية عام 2020، حيث زاد الاهتمام أكثر بموضوع المسؤولية الاجتماعية والدور الذي تلعبه منظمات الأعمال في المساهمة لإيجاد حلول تمكن المجتمع الدولي من تجاوز هذه الأزمة التي القت بمخلفاتها على معظم المجالات الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية منها.

تتأثر منظمات الأعمال باعتبارها نظاما مفتوحا بكل ما يحدث في بيئة الأعمال، من تغيرات اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية، وتغيرات تتعلق ببيئة الصناعة التي تعمل فيها هذه المنظمات، لكن الأمر لا ينتهي عند حدود التأثير بل تطور إلى حدود التأثير عليها، فمنظمة الأعمال اليوم بحاجة الى لعب دور اساسي اقتصادي واجتماعي في المجتمع الذي تعمل فيه، هذا المجتمع الذي يعتبر مصدرا لأهم مدخلاتها وهو نفسه قناة لتصريف منتجاتها وخدماتها، فهو مصدر الثروة لديها.

ولا شك أن التفاعل الإيجابي مع المجتمع والمشاركة في حل مشكلاته والحفاظ على البيئة لا يجب أن يكون هدية تفضل بها منظمات الأعمال، خصوصا لو عرفنا أن كثير من هذه المنظمات تتسبب نشاطاتها في آثار سلبية على البيئة والمجتمع، فأقل ما يمكن فعله هو تحمل تبعات هذه الآثار وتجنب تكرارها.

وفي ظل بيئة الأعمال الجديدة التي تتميز بوعي المستهلك وقدرته على التمييز بين المنظمات وتفضيلها، لاعتبارات أخلاقية واجتماعية، وفي ظل تزايد المنظمات غير الحكومية التي تهتم بحقوق العمال، وتنامي جمعيات حماية المستهلك، وغيرها من قوى الضغط، أصبحت منظمات الأعمال ملزمة بالتصرف المسؤول اجتماعيا، ذلك أن الممارسات غير المسؤولة تؤدي إلى تشويه منظمات الأعمال لصورتها في السوق، وبالتالي إضعاف مركزها السوقي، وإمكانية فقدانها لشريحة كبيرة من مستهلكيها أو عملائها.

من خلال ما سبق فإن المسؤولية الاجتماعية أصبحت سمة بارزة لدى منظمات الأعمال بل وتتسابق معظم المنظمات لإظهار نفسها بأنها تتبنى المسؤولية الاجتماعية في برامجها وخططها، لكن بالرغم من ذلك مازالت منظمات الأعمال لم تحقق مختلف متطلبات المجتمع ومسؤوليتها اتجاهه، فقد يرجع ذلك الى خلل على مستوى التبنى والتنفيذ أو قد يرجع ذلك أصلا الى خلل في الادراك بالمسؤولية الاجتماعية لدى منظمات الاعمال

وبالتالي العنصر البشري، فقد نجد منظمات تجسد المسؤولية الاجتماعية ضمن خططها الاستراتيجية وعلى أعلى مستوى من الأهمية والاهتمام، غير أن كوادرها البشرية تعاني خلل في إدراك المسؤولية الاجتماعية فهما وأهمية.

أولاً: إشكالية الدراسة

مما تقدم آنفاً فإنه يمكننا صياغة مشكلة البحث كما يلي:

الى أي مدى يتوافر الإدراك بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة؟

وتندرج تحت هذه الاشكالية عدة أسئلة فرعية تساهم في الاجابة عن الاشكالية كما يلي:

- 1- ماهي الخلفية النظرية لإدراك المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال؟
- 2- هل يتوافر الادراك لدى إطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بأهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات؟
- 3- ما مستوى إدراك إطارات المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات بأبعادها (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاخلاقي، البعد الخيري)؟
- 4- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية من حيث (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الأقدمية، مؤسسة العمل) لأفراد عينة الدراسة؟
- 5- ما هو مصدر إدراك أفراد عينة الدراسة لمصطلح المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

للإجابة على ما تقدم من الأسئلة، سنضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية الأولى:

لا يتوافر الادراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، ويتفرع عن هذه الفرضية، أربعة فرضيات كما يلي:

- 1- لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

2- لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

3- لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الاخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

4- لا يتوافر الإدراك للبعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

الفرضية الرئيسية الثانية:

لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، ويتفرع عن هذه الفرضية، أربعة فرضيات كما يلي:

1- لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

2- لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

3- لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

4- لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الأقدمية، مؤسسة العمل) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، ويتفرع عن هذه الفرضية، خمسة فرضيات كما يلي:

1- لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للجنس لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

2- لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للعمر لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

3- لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للمؤهل العلمي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

4- لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لسنوات الأقدمية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة؛

5- لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لمؤسسة العمل لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

ثالثا: أهداف الدراسة

تندرج الدراسة ضمن امتداد لدراسات سابقة حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وإدراكها من طرف منظمات الأعمال، وتهدف الى تسليط الضوء على توافر الادراك ومستواه باعتباره عنصر هام وفعال لنجاح المنظمات في تبني مختلف توجهات المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة الى أهداف أخرى يمكن إجمالها فيما يلي:

1- محاولة قياس توافر إدراك المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات ضمن الإدارة العليا والوسطى ضمن المؤسسات محل الدراسة من خلال منهجية علمية كمية؛

2- استعراض تصور تطبيقي لطبيعة الادراك للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات ضمن بيئة الأعمال من خلال استطلاع عينة من إطارات مؤسسات إقتصادية بمدينة الجلفة خلال سنة 2020؛

3- التعرف على مصدر إدراك أفراد العينة لمصطلح المسؤولية الاجتماعية ضمن المؤسسات محل الدراسة؛

4- التعرف على مستوى إدراك افراد عينة الدراسة بكل ابعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وهل لذلك علاقة بالخصائص الشخصية والوظيفية (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الأقدمية، مؤسسة العمل)؛

5- تقديم اقتراحات وتوصيات تساعد إدارة المؤسسات محل الدراسة خصوصا وباقي المؤسسات عموما لتحقيق الادراك الصحيح للمسؤولية الاجتماعية وبالتالي التبنى والتجسيد الفعلي لها وتحقيق الأهداف المبتغاة من موضوع المسؤولية الاجتماعية؛

رابعاً: دوافع اختيار الموضوع

يتناول الموضوع دراسة مدى الإدراك للمسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال وذلك عن طريق دراسة وجهة نظر عينة من اطارات مؤسسات اقتصادية بمدينة الجلفة، وتعتبر من المواضيع الهامة في مجال ادارة الأعمال، كون المؤسسات تبحث عن أساليب وتقنيات فعالة من اجل استدامتها وخلق سبب استراتيجي لبقائها ضمن المجتمع كون البيئة ضرورية لنجاح الأعمال، ولقد كان اختيار هذا الموضوع عدة اسباب نذكر منها:

2- إهتمام لجنة التكوين وتوجيهها للطالب بأهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وبأن الاهتمام بإدراك المفاهيم ضروري لنجاح تبنيتها من قبل المنظمات، وبالتالي تحقيق التميز والاستدامة؛

5- محاولة المساهمة في إثراء الدراسات الجزائرية والعربية حول موضوع المسؤولية الاجتماعية من حيث الإدراك الجيد للمسؤولية الاجتماعية؛

6- المساهمة في تقريب مفهوم المسؤولية الاجتماعية لإطارات منظمات الأعمال كون الانطباع السائد بأنها عمل خيري ينهك كاهل المؤسسة، وبالتالي المساهمة في توضيح المسؤولية الاجتماعية بكل أبعادها وعناصرها.

خامساً: أهمية الموضوع

تبرز أهمية الموضوع في أهمية المتغيرات التي يتم معالجتها وطريقة تناولها من حيث التطرق للإدراك باعتباره خطوة ضرورية قبل المضي نحو فكرة التبنى والتحسيد للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات من طرف المؤسسات الاقتصادية كنموذج واقعي لمنظمات الأعمال في الجزائر، حيث أن أغلب الدراسات حول المسؤولية الاجتماعية في الجزائر تناولها من حيث التبنى والتحسيد والادراج ضمن استراتيجية المنظمات مهمة بذلك الخطوة الاساسية أو المشكل الذي يقف في وجه السير الحسن لبرنامج المسؤولية الاجتماعية، فلا يعقل تبني برامج قد تتعارض مع القيم والثقافة التنظيمية للمؤسسات، وبذلك نطمح لتوضيح الصورة أكثر من أجل تقديم أسباب وحجج مقنعة للمنظمات، وبالتالي تعميم نتائج الدراسة على باقي المؤسسات في نفس المجال او المشابهة لها.

تصادفت هذه الدراسة مع أزمة كوفيد-19 التي ضربت العالم بداية 2020، والتي أظهرت زيادة الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية من طرف الباحثين ومختلف الهيئات الدولية بإعتباره أحد العوامل التي تساهم في تجاوز الأزمات عموماً وأزمة كوفيد-19 بصفة خاصة.

سادسا: المنهج المتبع

1- بغرض القيام بالتحليل العلمي والمنهجي للإجابة على إشكالية موضوع البحث، تم تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول وذلك وفق طريقة IMRAD لإنجاز البحوث الأكاديمية، حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي في الفصل الأول والثاني باعتبارهما الجانب النظري وتجسد ذلك من خلال الرجوع والاعتماد على المراجع المتعلقة بموضوع الدراسة من مصادر مختلفة كالكتب ومقالات وشبكة الانترنت والمجلات المتخصصة وملتقيات، ورسائل التخرج وأطاريح الدكتوراه، ومختلف الدراسات والأبحاث السابقة بمختلف اللغات، لوضع أساس نظري وتطبيقي يساعد على الفهم الجيد للموضوع.

2- أما فيما يخص الجانب التطبيقي للدراسة فقد تم الاعتماد على مختلف الأدوات والاختبارات الإحصائية من أجل اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج بالتحليل والنقد للخروج بتوصيات وحلول من شأنها أن تفيد المؤسسات للخروج بتصور شامل عن المسؤولية الاجتماعية ومدى ادراكها لدى الاطارات العاملة بها وبالتالي تحديد أولوياتها تجاه التعامل مع برامج المسؤولية الاجتماعية، وقد تم ذلك باختيار عينة ملائمة من مجتمع الدراسة وجمع البيانات منها باستخدام الاستمارة لمعرفة آراء افراد عينة الدراسة حول متغيراتها، ومن ثم إجراء وصف وتحليل للبيانات باستخدام الطرق الإحصائية.

سابعا: حدود الدراسة

للبحث حدود مختلفة والتي يمكن إيجازها كما يلي:

1- **الحدود الموضوعية:** اقتصر البحث على دراسة توافر ومستوى الادراك لأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى إطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمختلف أبعادها ومصدر تعرفهم على متغير الدراسة، وبذلك البحث لا يتطرق لجانب التنبؤ والاستجابة للمسؤولية الاجتماعية.

2- **الحدود البشرية:** الدراسة تستهدف الإطارات فقط لا جميع موظفي المؤسسات محل الدراسة.

3- **الحدود المكانية:** تم اسقاط الجانب النظري للدراسة على ثلاث مؤسسات مختلفة بمدينة الجلفة والتي تتمثل في: (مؤسسة سونلغاز، مؤسسة نفضال، مؤسسة اتصالات الجزائر).

4- الحدود الزمنية: كانت بداية الطالب مع جمع الدراسات السابقة بعد اعتماد عنوان الموضوع أي خلال السنة الجامعية 2019/2018، أما بخصوص الدراسة الميدانية فقد تمت خلال الفترة من شهر ديسمبر 2020 الى فيفري 2021.

ثامنا: صعوبات الدراسة

كأي دراسة أكاديمية واجهت الطالب مجموعة من الصعوبات نذكر أهمها:

- 1- تزامن الدراسة الميدانية مع تفشي جائحة كوفيد-19، وبالتالي صعوبة توزيع الاستثمارات خاصة مع تشديد إجراءات الاستقبال من طرف المؤسسات محل الدراسة؛
- 2- غياب الكثير من الإجابات عن بعض فقرات الاستبيان؛
- 3- صعوبة القيام بالمقابلات مع اطارات المؤسسات محل الدراسة نظرا لتشديد إجراءات الوقاية؛
- 4- صعوبة توسيع الدراسة الميدانية على مؤسسات أخرى في مدينة الجلفة أو حتى في الولايات المجاورة نظرا لفرض الحجر الصحي ومنع التنقل ما بين الولايات.

تاسعا: هيكل الدراسة

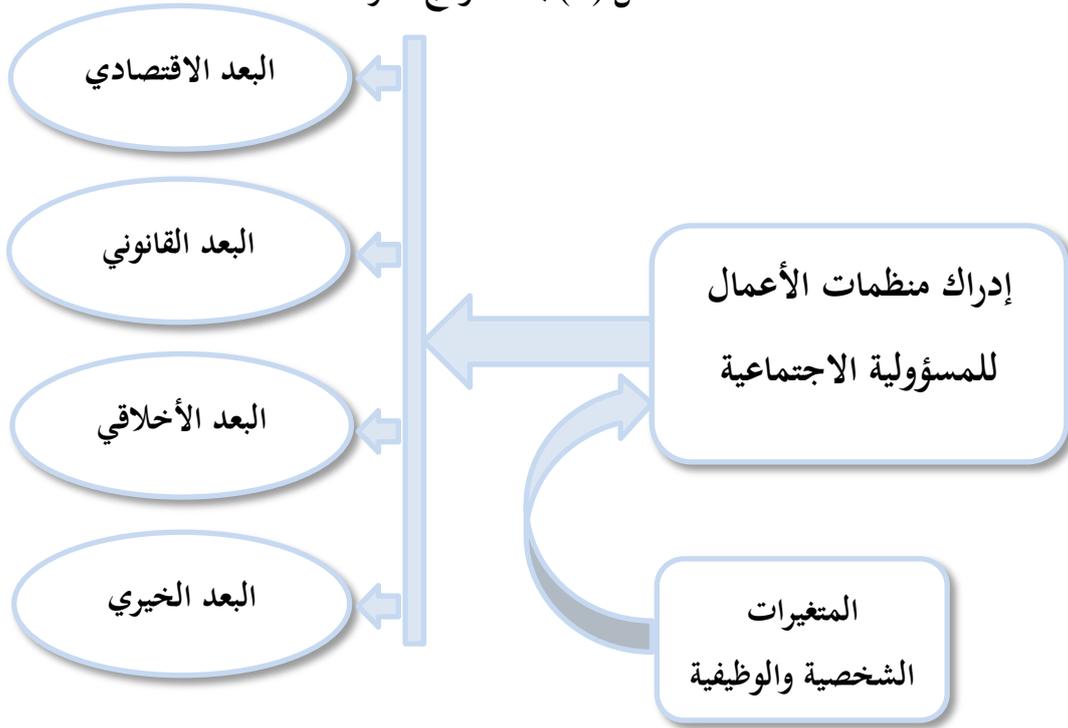
ليتم الاجابة على إشكالية البحث والاسئلة الفرعية واختبار الفرضيات تم تقسيم البحث إلى قسم نظري وقسم تطبيقي، حيث كانت البداية بمقدمة عامة لينتهي البحث بخاتمة تحتوي على النتائج المتوصل إليها من الجانبين النظري والتطبيقي وتقدم توصيات بالإضافة إلى اقتراح بعض المواضيع لتكون آفاقا مستقبلية للبحث الحالي، وقد تم تقسيم هيكل الدراسة وفق طريقة IMRAD، كما يلي:

- الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية
- الفصل الثاني: الأدبيات التطبيقية لإدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية
- الفصل الثالث: الطريقة والأدوات
- الفصل الرابع: النتائج ومناقشتها

عاشرا: بناء نموذج الدراسة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وتحليلها تم بناء نموذج يجسد الهدف المراد دراسته في هذا البحث والمتمثل في معرفة مدى توافر الادراك بالمسؤولية الاجتماعية لدى افراد عينة الدراسة وقياس مستواه عن طريق أبعاد المسؤولية الاجتماعية ومعرفة الفروق بين المتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد العينة وكان النموذج كما يلي:

الشكل (1) بناء نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بناء على الدراسات السابقة

حادي عشر: التعريفات الاجرائية

يقصد بالتعريف الاجرائي ما يمكّن الطالب من توضيح المفاهيم في دراسته وفي حدود مجال بحثه، ولهذا فإن التعريفات الاجرائية في بحثنا هي كالتالي:

- المسؤولية الاجتماعية للمنظمات: هي مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية والأخلاقية والقانونية والاقتصادية، التي تقوم بها المؤسسات ضمن البيئة التي تنشط فيها، للمساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع.
- الإدراك: هو معرفة ذهنية يقوم فيها الفرد باستقبال المعلومات المرتبطة بالمشيرات وتنظيمها، وتفسيرها، وإعطائها معاني خاصة، ثم التصرف وفق هذا المعنى..

الفصل الأول:

**الأدبيات النظرية لإدراك منظمات الأعمال
للمسؤولية الاجتماعية**

تمهيد الفصل:

في ظل التغيرات المستمرة التي تشهدها بيئة الأعمال، لم تعد منظمات الأعمال تعمل على تحقيق الأرباح فقط بل امتدت مسؤوليتها اتجاه موظفيها والمجتمع والبيئة التي تعمل فيها، وهذا ما يبرز مدى الحاجة إلى أن تكون قرارات المنظمات موجهة في إطار اجتماعي يكبح من الآثار السلبية التي تؤثر في محيطها الذي تنشط فيه وهذا ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة.

يقول العالم الأمريكي (Franklin Daniel): "تعتبر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات اليوم الاتجاه السائدة بعد ان كانت استعراضا لفعل الخير في السابق الا ان عدد قليلا من المؤسسات يمارسها بصورة جيدة".

حيث كان في السابق ينظر للمسؤولية الاجتماعية بأنها عمل الخير ومساعدة افراد المجتمع عبر حملات قد تكون دورية او منقطعة، ولم تكن المسؤولية الاجتماعية ضمن برامج المنظمة وثقافتها، لكن مع مرور الوقت أصبح للمسؤولية الاجتماعية دور هام وبارز في استدامة المنظمة باعتبارها شريك اجتماعي دائم ومستدام.

وعلى هذا الاساس كان لزاما علينا التعرض في هذا الفصل للتأصيل النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات وتطوره، بالإضافة الى التطرق الى مفاهيم حول منظمات الأعمال وتوضيح مصطلح الادراك للمسؤولية الاجتماعية.

لقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كالاتي:

المبحث الأول: ماهية منظمات الأعمال.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

المبحث الأول: ماهية منظمات الأعمال

تتميز بيئة الأعمال بشدة المنافسة بين منظمات الأعمال وحتى بين الدول والتي أصبحت لا تربطها حدودا كما في الماضي خصوص مع توسع عالم الرقمة والتواصل السريع، باستعمال التكنولوجيات الحديثة والثقافة المعلوماتية، ومن خلال هذا المبحث سنتناول المفاهيم المرتبطة بمجال الأعمال والمنظمات.

المطلب الأول: مفهوم وأهداف منظمات الأعمال

يشمل مصطلح المنظمات تلك المنظمات التي تهدف للربح وكذلك التي لا تهدف للربح بصفة عامة، لذلك سنخرج على مفهوم المنظمة ليتم رسم صورة واضحة عن المنظمة قبل الخوض في مجال منظمات الأعمال ومختلف الجوانب المختلفة لها، حيث سنجد التنوع في المصطلحات التي تندرج تحت المنظمة كمصطلح الشركة والمؤسسة والمنشأة.

الفرع الأول: مفهوم منظمات الأعمال

بداية وقبل الخوض في مفهوم منظمة الأعمال أردنا الإشارة قبل ذلك لمفهوم المنظمة Organization كونها الأساس لكل أنواع المنظمات، ومن هناك التعرض على وجه التحديد لمفهوم "منظمات الأعمال" كون المنظمات قد نجد فيها غير الهادفة للربح Profit-Non والمنشأة لغرض الربح Profit-For.¹

تجدر الإشارة إلى أنه عادة ما تستعمل مصطلحات للدلالة على نفس المعنى مثل: المنظمة، الشركة، المقولة، المنشأة، لكن التمعن في محتوى كل منها على حدى يعطي نظرة أخرى لمعانيها:²

-**المنظمة:** مصطلح يطلق على كل تجمع يتم تنظيمه وفق أسس وقواعد معينة، اجتماعية كانت أم اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو غير ذلك.

-**الشركة:** تعنى وتهتم خاصة بالهيكل الاقتصادي مهما كان حجمه أو طبيعته القانونية.

-**المقولة:** وهي مشتقة من كلمة مقاول، وتشير خاصة إلى الخطر أو المغامرة التي تتميز بتوظيف الأموال في النشاط الاقتصادي.

¹ محمد بلعربي، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (دراسة حالة لمجموعة من الشركات الناشطة بولاية غرداية)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة غرداية، 2020، ص 11.

² ناصر دادي عدون، اقتصاد مؤسسة، الطبعة الثانية، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص 09.

-المؤسسة: كلمة تطلق على كل تجمع اقتصادي أو اجتماعي مؤسس بصفة رسمية، حيث نجد هناك (مؤسسات سياسية، اجتماعية، تربية، اقتصادية...)

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

أولاً- تعريف المنظمة (Organization):

تعددت تعريفات المنظمة حسب المدارس الفكرية المختلفة، والمهتمين بدراسة منظمات الأعمال بصورة عامة، أو نتيجة الخلط في دلالة اللفظ، فهناك من يستخدم هذه الكلمة للتعريف ببيئة ذات نشاط سلطوي في مؤسسة معينة، وهناك من يتعامل معها على أنها اطار لجمع الأنشطة في وحدات وربطها بعلاقات سلطوية...الخ، ومع هذا يتصور البعض من منظري (المنظمة) انها المحصلة النهائية للعلاقات البشرية في أي نشاط اجتماعي، ويظهر انهم راغبون الى تعامل معها كبناء اجتماعي منظم¹.

يرى Matta & Gurie بأن المنظمة هي "وحدة اقتصادية إما أن تكون إنتاجية تنتج سلعاً، أو خدمة تنتج أو تقدم خدمات، وملكية المنظمات إما أن تكون للدولة وتدعى في هذه الحالة بالمنظمات الحكومية وتسمى ملكيتها بالملكية العامة أي للشعب، وهي لا تسعى إلى تحقيق الربح في الغالب، أو تكون ملكيتها خاصة، تدعى بالقطاع الخاص يملكها أفراد من عامة الشعب، وتسعى إلى تحقيق الربح، وإلى جانب هذين النوعين من المنظمات هناك نوع ثالث يدعى بالمنظمات التعاونية، والمنظمات الخيرية، التي لا تسعى إلى تحقيق الربح، فالتعاونية يؤسسها مجموعة من المواطنين لتقديم خدمة لهم ولمن ينتسب إليها، أما الخيرية فيؤسسها أيضاً مواطنون ليؤدوا عملاً طوعياً خيراً"²، في حين يرى (عمر عقيلي) أن المنظمة هي "كيان قانوني رسمي، أخذ شكل تجمع بشري، يعمل بشكل متعاون ومنسق، ويدار من قبل مجموعة من المديرين من ذوي تخصصات متنوعة، وفي ظل رسالة معينة واستراتيجية محددة وثقافة تنظيمية، ومجموعة من الأنظمة والسياسات والإجراءات والقواعد، وترتيب منسق ومعين، وضمن هيكل تنظيمي، من أجل تحقيق أهداف محددة تتوافق مع رسالتها ورؤيتها المستقبلية"³.

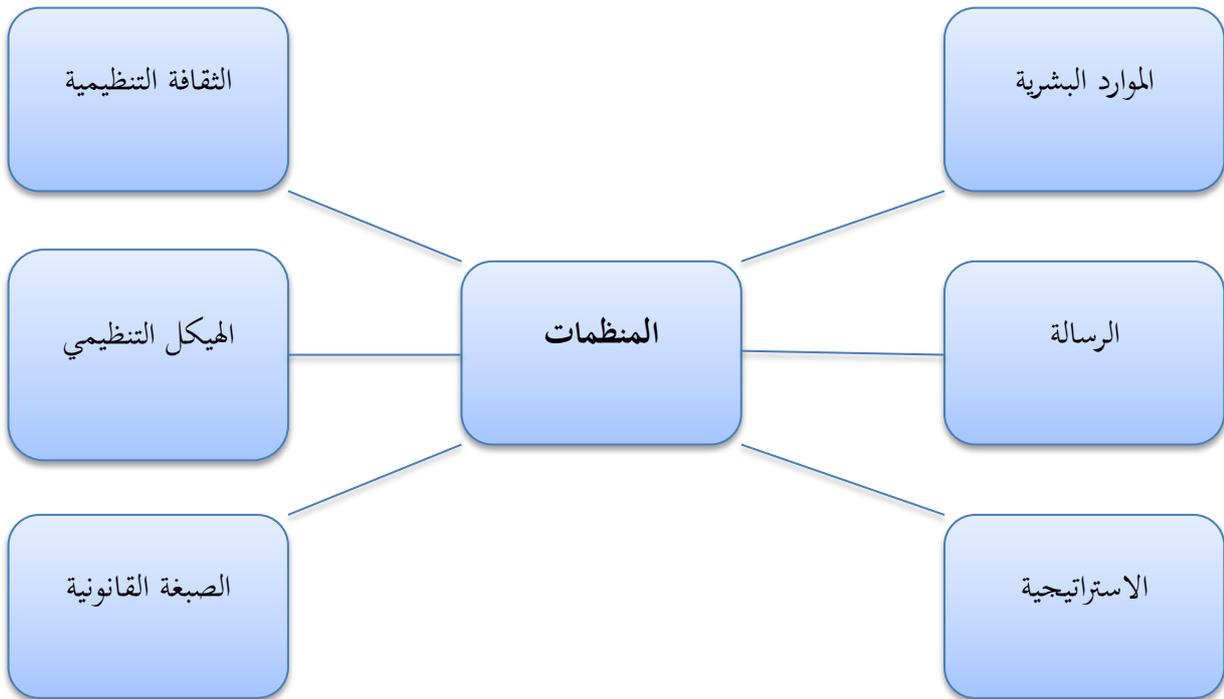
¹ مؤيد سعيد السالم، تنظيم المنظمات: دراسة في تطور الفكر التنظيمي خلال مئة عام، الطبعة الأولى، دار عالم الكتاب الحديث، العراق، 2002، ص17.

² J.M Gurie, E.Matta, "The Silent Dimension of ownership", Academy of Management Review, 46 (April 2003) p66.

³ عمر وصفي عقيلي، "بيئة الأعمال والإدارة المعاصرة"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص33.

وعرفها Bernard Chaster بأنها "نسق من الأنشطة المنسقة شعوريا، أو أنها قوى منظمة من شخصين أو أكثر تقوم بإنجاز مجموعة من الأنشطة من خلال التنسيق الهادف المدروس والشعوري"¹
 على ضوء التعريف السابق نجد أن المنظمات وعلى اختلاف أنواعها وطبيعة عملها تشترك في مجموعة من الخصائص موضحة كما في الشكل الموالي:

الشكل (1-1) الخصائص المشتركة للمنظمات.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على الدراسات السابقة.

ثانياً- تعريف منظمات الأعمال (Organizations Business):

بعد تحديد مفهوم (المنظمة) يتطلب الأمر تحديد مفهوم (منظمات الأعمال)، وحيث يمكن تحديد الاطار العام لمنظمة الأعمال بأنها "وحدة اقتصادية تضم أكثر من شخص، وتستخدم موارد وعناصر الإنتاج لتحويلها إلى مخرجات عن طريق قيامها بأنشطة وتفاعلات، بهدف اشباع حاجات ورغبات المجتمع".²

¹ William L. Morrow, "Public Administration: Politics and the Political System", 2nd.ed., Randon House, N.Y, United States, 1975, p. 20.

² علي عباس وآخرون، "وظائف منظمات الأعمال: مبادئ الإدارة 2"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2001، ص20.

و يتم هذا من خلال عملية إنتاج وتوزيع المخرجات التي تكون على هيئة سلع وخدمات، ومقابل هذا تحصل المنظمة على أرباح تضمن بقاءها ونموها وازدهارها في مجال الأعمال.¹

ويرى محمد بلعربي منظمات الأعمال " بأنها هي منشآت مستقلة تتبع القطاع الخاص في أغلب الأحيان، تم تصميمها لتحقيق أهداف الربح والنمو في السوق، من خلال معالجة المدخلات وتحويلها إلى مخرجات وتحقيق الأهداف المبتغاة بما يخدم استراتيجية ورؤية القائمين عليها."² وترى مقدم وهيبة بأن منظمات الأعمال هي "منظمات تعود ملكيتها في العادة للقطاع الخاص، وتعود منفعتها لأصحاب المنظمة والقائمين عليها وتشمل نشاطات هذه المنظمة كافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية، باستثناء النشاطات التي تحتكرها الدولة أو تشرف عليها مباشرة."³

كما يعرفها آخرون بأنها "وحدة اتخاذ قرارات، ذات شخصية معنوية مستقلة، تسعى لتحقيق هدف او مجموعة من الأهداف الاقتصادية، تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف اقتصادية كالربح والنمو والاستقرار وغيرها، كما تساعد على تحقيق أهداف اجتماعية وقومية كنتاج فرعي لما تقوم به من أعمال اقتصادية."⁴

الفرع الثاني: أهداف منظمات الأعمال

يمكن توضيح أهداف منظمات الأعمال في ما يلي:⁵

- 1- تحقيق الربح وضمان النمو والاستدامة عن طريق تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية.
- 2- إشباع حاجات المستهلكين من خلال تقديم المنتجات والخدمات.
- 3- تحويل الموارد في شكل سلع وخدمات ذات قيمة للمستهلك النهائي أو المستهلك الصناعي.
- 4- الاستخدام الامثل للموارد بطريقة اقتصادية من خلال رفع الانتاجية والرقى في الأداء المرتبط بالمخرجات.

¹ محفوظ جودة وآخرون، "منظمات الأعمال: المفاهيم والوظائف"، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 17.

² محمد بلعربي، مرجع سابق، ص 15.

³ مقدم وهيبة، "تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، 2014، ص 43.

⁴ عبد الغفار حنفي وعبد السلام أبوقحف، "أساسيات تنظيم وإدارة الأعمال"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص ص 297-298.

⁵ مقدم وهيبة، مرجع سابق، ص 44.

5- تحقيق اشباع حاجات العاملين ومن ضمنها:¹

أ- الاستقرار الوظيفي للفرد العامل.

ب- الحاجة للعلاقة الاجتماعية والدعم الاجتماعي.

ج- الحاجة للنمو الشخصي وتحقيق الذات في مجال معين.

إن الذي يتوجب تأكيده هنا أن للمنظمات بصفة عامة ثلاث أهداف أساسية مقبولة على نطاق واسع، هي:²

- الكفاية في مجالات تحقيق أهداف وحاجات المجتمع.

- تحقيق سعادة للأعضاء العاملين فيها.

- الاهتمام والعناية بالمجتمع وصيانه.

المطلب الثاني: أهمية ووظائف منظمات الأعمال

الفرع الأول: أهمية منظمات الأعمال

تعد المنظمات ذات أهمية في المجتمعات، وخاصة في عالمنا اليوم نظراً للعديد من التغيرات الحديثة مثل تعاظم النشاط الاقتصادي، واستمرار الحاجة لرؤوس الأموال الضخمة والرغبة في التوسع والنمو، وتعود أهمية المنظمات إلى أسباب رئيسة أهمها³:

- تعد المنظمات الشكل المؤسسي المهيمن على المقدرات الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية ويمتد أثرها إلى قيمنا وعاداتنا الاجتماعية.

¹ مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة: الهيكل والتنظيم، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 2000، ص28.

² المرجع نفسه، ص28.

³ علي حسين علي وآخرون، الإدارة الحديثة لمنظمات الاعمال: البيئة والوظائف، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص24.

- تتبع أهمية المنظمات في الاعمال الصعبة التي يتعذر تنفيذها بشكل فردي وخاصة مع تقدم المجتمعات وتطور التكنولوجيا مما يزيد من تعقد الأعمال وزيادة كلفتها، مما يفرض وجود الحاجة إلى التعاون بين الأفراد والجماعات لتحقيق الأهداف.

- تعد المنظمات ذات كفاية وفاعلية، عندما يتم إدارتها وفقاً لأسس الإدارة العلمية، وربما هذا هو السبب الرئيس لغايات تنظيم النشاط الانساني من خلال المنظمات.

الفرع الثاني: وظائف منظمات الأعمال

تقوم منظمات الأعمال بمجموعة من الأنشطة والتي تهدف من خلالها الى تحقيق أهدافها المسطرة، حيث تعبر تلك الأنشطة عن مجموعة من الوظائف الهامة والتي يتولى تنفيذ كل وظيفة منها إدارة متخصصة، على رأس كل وظيفة مدير متخصص في مجاله، وسنحاول في ما يلي توضيح هذه الوظائف بالتفصيل:

1-وظيفة الموارد البشرية:

تهتم هذه الوظيفة بإدارة العنصر البشري داخل المنظمة، وتعمل على ايجاد علاقات متوافقة بين العاملين، وتوجيههم، فهي بذلك النشاط الذي يتم بموجبه الحصول على الأفراد اللازمين للمنظمة، من حيث العدد والنوعية التي تخدم مصالحها وترغبهم على البقاء وتحفزهم لبذل اكبر جهد ممكن لإنجاحها وتحقيق اهدافها.¹

وتتلخص أهدافها في جمع خبرة الأفراد بطريقة علمية منظمة مع خلق الحوافز التي تحرك دوافع الأفراد والجماعات العمالية نحو العمل والانجاز من أجل تحقيق أهدافهم وأهداف المنظمة بصورة اقتصادية وفعالة.²

2-وظيفة التسويق:

تم تطور مفهوم التسويق والدور الذي يؤديه في المنظمات عبر الفترات الزمنية، ويعرف التسويق بأنه عملية تخطيط وتنفيذ مفاهيم، وتسعير وترويج وتوزيع افكار و سلع وخدمات لإيجاد تبادلات من شأنها اشباع حاجات ورغبات الأفراد والمنظمات، والنشاط التسويقي يتم من خلاله انسياب (السلعة/الخدمة) من المنتج الى المستهلك من خلال قنوات (القنوات التوزيعية) بما يحقق المنافع التسويقية (المنفعة المكانية، المنفعة الزمانية، والمنفعة الحيازية) وحيث

¹ علي عباس وآخرون، مرجع سابق، ص30.

² مقدم وهيبه، مرجع سابق، ص52.

يحتوي التسويق على مجموعة من الأنشطة التسويقية والتي تمثل المزيج التسويقي الذي يتكون من أربع عناصر(المكان، السعر، التوزيع، المنتج).¹

3-وظيفة الانتاج:

وهي الوظيفة المسؤولة عن تصميم وتشغيل والرقابة على أنشطة النظم الانتاجية، ويتم ذلك عن طريق ممارسة العملية الادارية بعناصرها الأربعة من تخطيط وتنظيم وتوجيه وتنمية الموارد البشرية، ورقابة لجميع أنشطة النظم الانتاجية، وينظر الى هذه الوظيفة بأنها النشاط الاقتصادي الذي يهدف الى تحويل أنواع معينة من المدخلات الى انواع محددة من المخرجات ووظيفة الانتاج يرتبط بها جوانب فنية وجوانب ادارية، وتجدد الاشارة الى ان مصطلح الانتاج سابقا، كان يشير الى الانتاج المادي الذي تمارسه المنظمات الصناعية فقط، لكن مع بداية عقد الخمسينات اصبح يطلق المصطلح ايضا على انتاج الخدمات، واصبح يطلق على وظيفة ادارة العمليات لتشمل كل من الانتاج المادي والخدمي معا.²

4-وظيفة المالية:

تتضمن الوظائف المالية ثلاثة قرارات أساسية: قرار الاستثمار، قرار التمويل، قرار التوزيعات، حيث يتعلق القرار الأول "بعملية تخصيص وإعادة تخصيص رأس المال والموارد على المشروعات والمنتجات والأصول وأقسام المشروع، أما قرار التمويل فيأخذ في الاعتبار احتياجات المشروع قصيرة وطويلة الأجل من رأس المال العامل، حيث يحدد قرار التوزيعات لحجم الأموال التي تحتفظ بها المنظمة مقارنة بالمبالغ المدفوعة لحملة الأسهم، ويحدد أيضا الإيرادات المدفوعة لحملة الأسهم وإعادة شراء أو إصدار الأسهم.³

5-وظيفة إدارة الموارد:

تتضمن هذه الوظيفة مجموعة من الأنشطة التي تهدف الى توفير مستلزمات الانتاج والسلع الجاهزة في الأوقات المناسبة والمحافظة عليها من التلف أو فقدان، حيث يركز نشاط الشراء على كافة الأنشطة المتعلقة بالمعاملات او التبادل مع الأطراف الداخلية والخارجية، وتنبع أهمية هذا النشاط من خلال الممارسات التي تضمن استمرار وانتظام

¹ محفوظ جودة وآخرون، مرجع سابق، ص30.

² محمد الصيرفي، الحاسوب في ادارة الاعمال، الطبعة الاولى، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص41.

³ نادية العارف، التخطيط الاستراتيجي والعولمة، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2003، ص204.

الانتاج من خلال امداده باحتياجاته،¹ أما بخصوص نشاط التخزين فهو عبارة عن مجموعة من الممارسات التي تهدف الى الاحتفاظ بالموجودات لفترة من الزمن، والمحافظة عليها بحالتها او احداث تغيرات مطلوبة لحين استخدامها مع أقل استثمار ممكن وبأقل تكلفة ممكنة.²

6-وظيفة العلاقات العامة:

ان وظيفة العلاقات العامة تؤدي بصفة مستمرة، وبطريقة مخططة هدفها انشاء تفاهم مشترك بين المنظمة وجمهورها، فتحسين الصورة الذهنية للمنظمة أمام الجمهور هي غاية العلاقات الأساسية، وتبنى هذه الصورة الذهنية الجيدة على أساس تنفيذ برامج جيدة للعلاقات العامة تقوم على الأمانة والصدق من خلال التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها، فالعلاقات العامة هي حلقة وصل بين المنظمة وبيئتها الخارجية ولن تستطيع المنظمة القيام بأداء مهامها وأعمالها وتحقيق أهدافها، إلا اذا كانت هناك ثقة متبادلة وتفاهم مشترك بينها وبين جمهورها.³

7-وظيفة البحث والتطوير:

يعد نشاط البحث والتطوير المغذي الرئيسي للإبداعات التكنولوجية وخاصة في المؤسسات الكبيرة التي تتوفر على مخابر وإمكانيات مادية وبشرية معتبرة، وكلما كبر حجم المنظمة، كلما أدى ذلك بالضرورة إلى تكوين وظيفة خاصة بالبحث والتطوير مع العلم أن لها خصوصيات يجب مراعاتها ومؤشرات تقيمها صعبة التحديد ونتائجها مرتبطة بالتسيير الفعال والتنقل الجيد بينها وبين الوظائف الأخرى إضافة إلى الكفاءة الفنية للعمال القائمين بنشاطات البحث والتطوير.

ويمكن قياس أثر عملية البحث والتطوير على الإبداع التكنولوجي بالاستناد إلى درجة الإبداع المحققة، حيث يتم هنا التفرقة بين درجتين، تتمثل الأولى في الإبداع الطفيف أو التراكمي والذي يستمد من التحسينات الطفيفة والمستمرة في المنتجات وطرائق الإنتاج.

أما الدرجة الثانية تتمثل في الإبداع النافذ كالإبداع في طرق الانتاج وكذلك في تصميم المنتج في حد ذاته.⁴

¹ محفوظ جودة وآخرون، مرجع سابق، ص ص 32-33.

² ابراهيم عبد الرحيم الهيتي، تنظيم وإدارة المخازن، مكتبة التعاون، القاهرة، 1975، ص 54.

³ محفوظ جودة احمد جودة، العلاقات العامة: مفاهيم وممارسات، الطبعة الثالثة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 56.

⁴ ماكر لعربي و ريس عبد الحق، حوكمة ووظيفة البحث والتطوير في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية، 2018، ص 19.

المطلب الثالث: بيئة وسمات منظمات الأعمال

الفرع الأول: بيئة منظمات الأعمال

يهتم ملاك منظمات الأعمال والعاملين فيها بالبيئة الداخلية في إدارة أعمالهم، إلا أنه لا يمكن تجاهل وغض النظر على ما يجري في البيئة الخارجية المحيطة بمنظمتهم، وتعرف بيئة المنظمات على أنها مجموعة العوامل التي تؤثر في أداء المنظمات ولا تقع تحت سيطرتها، كما تم تعريفها بأنها الميدان أو المجال الذي على المنظمة أن تنشط للتفاعل معه لتحقيق أهدافها¹، وقد عرف روبرت مايلز (Robert H Miles) البيئة بأنها "خذ الكون وأطرح منه النظام الفرعي الذي يمثل المنظمة، فيكون الباقي هو البيئة"².

ومن خلال التعريفات اعلاه، نجد مدى التعقيد الذي يكمن في دراسة وتحليل البيئة الخارجية للمنظمة، وتهتم المنظمات بدراسة البيئة بعواملها المختلفة نتيجة تأثير تلك العوامل في قدرة المنظمة على البقاء والاستمرار، والمنظمة ما هي الا نظام فرعي من نظام أكبر هو البيئة التي تعمل فيها المنظمة، وتحصل على مواردها المختلفة (المدخلات) منها فتقوم بالعمليات التشغيلية لكي تحولها إلى سلع وخدمات (مخرجات) ومن هذا نستنتج أن هنالك علاقة تأثيرية قوية بين المنظمة والبيئة ويمكن بشكل عام القول أن هنالك حدود تفصل المنظمة عن بيئتها.³

أولاً: تصنيف البيئة

يمكن تصنيف البيئة في مجموعتين:⁴

1- البيئة الداخلية: وهي تلك العوامل التي توجد في داخل المنظمة وتمثل في الإجراءات والأنظمة وتكنولوجيا العمل وأنماط الاتصالات واسلوب القيادة والقدرات المالية والبشرية... الخ.

2- البيئة الخارجية: وهي جميع العوامل والظروف التي توجد خارج المنظمة وتأثيرها يكون غير مباشر مثل العوامل الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية... الخ.

¹ أميمة الدهان، نظريات منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، عمان، 1992، ص 105.

² علي حسين وآخرون، الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال: البيئة، الوظيفة والاستراتيجيات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 144.

³ محفوظ جودة وآخرون، "منظمات الأعمال: المفاهيم والوظائف"، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 19.

⁴ Leslie W. Rue & Phyllis G. Holland, **Strategic Management: Concepts and Experiences**, 2nd edition, New York: McGraw-Hill Book Company, 1989, pp 86.

والبيئة الخارجية تصنف في مجموعتين:

أ- البيئة العامة: وتسمى أحيانا البيئة عن بعد (Remote).

ب- البيئة الخاصة: أو بيئة المهمة (Task) أو البيئة الصناعية.

مهما اختلف الكتاب في آرائهم حول تسمية هاتين المجموعتين فإن الالتقاء سيحقق حتما، حيث يتعلق الأمر بنوع واتجاه وحجم التأثير الذي تحمله كلتا المجموعتين في عمل المنظمة ونشاطها، وهو لن يخرج عن وجود آثار مباشرة وأخرى غير مباشرة تميز كلتا المجموعتين من العوامل البيئية مع الأخذ بعين الاعتبار احتمال الإحلال والاستبدال في شكل ومضمون التأثير (مرة يكون مباشر ومرة أخرى غير مباشر)، وتمثل البيئة الخارجية للمنظمات بكل ما يحيط بالمنظمة، ولكن التركيز في عملية دراسة وتحليل تلك البيئة يكون حول العوامل ذات التأثير في عمليات المنظمة، سواء كان ذلك التأثير مباشرة أم غير مباشر، وان تلك العوامل يتم عادة تصنيفها بناء على درجة تأثيرها في المنظمة فالعوامل (عن بعد) بالنسبة للمنظمة هي التي تؤثر فيها ويجب متابعتها بشكل مستمر وتمثل بالعوامل الاقتصادية، الاجتماعية السياسية... الخ، وهي التي تشكل البيئة الواسعة، فأى تغير في هذه العوامل سوف تشعر به المنظمة بشكل حساس جدا في طبيعة عملها، وان هذه البيئة - أي البيئة العامة - هي اصعب من البيئة الخاصة في عملية التنبؤ بتغيرات العوامل المهمة للمنظمة، فالبيئة الخاصة تكون أكثر وضوحا، فعواملها تكون قريبة من المنظمة وعلى اتصال منتظم معها، وهي تتمثل بحاملي الأسهم، المجهزين، نقابات العمل، العملاء والمنافسين.¹

ثانيا: أنواع البيئات

إن للبيئة بما تحمله من الخصائص، تأثيرا حيويا في المنظمات التي تعمل في تلك البيئة، وقد تم التمييز بين خاصيتين، هما درجة الاستقرار ودرجة التعقيد في البيئة، حيث أن درجة الاستقرار تبين معدل التغير في عوامل البيئة الخارجية للمنظمة اما درجة التعقيد فهي تعدد العوامل البيئية التي تعمل في كنفها تلك المنظمة.²

وبناء على هاتين الخاصيتين يمكن تحديد أربعة أنواع من البيئات التي تعمل فيها منظمات الأعمال وهي:³

أ- البيئة البسيطة المستقرة: وهي البيئة المستقرة نسبياً، وهذه البيئة تمتاز بأن العوامل البيئية المؤثرة بسيطة وغير متغيرة وقليلة، حيث ترتبط درجة استقرار البيئة بنوع وحجم النشاط الذي تقوم به المنظمة، وتكون المتغيرات

¹ Stewart W. Howe, **Corporate Strategy**, 2nd ed, Macmillan Education Ltd, London, 1986, pp 57.

² أميمة الدهان، مرجع سابق، ص 107.

³ علي حسين، رشاد الساعد، نظريات القرارات الادارية: مدخل نظري كمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 66.

الداخلية والخارجية بسيطة نسبياً يمكن السيطرة عليها بسهولة وبالتالي لا تشكل عائقاً أمام إستمرار عملية الإنتاج بالمنظمة، ويمكن القول أن الظروف البيئية المحيطة بالمنظمة عادية، ومن أمثلة المنظمات التي تعمل في بيئة مستقرة نسبياً مصانع المشروبات الغازية، والآيسكريم، ففي هذه المنظمات هناك معرفة بمواسم البيع ومواسم الركود، بالتالي فالقرارات داخل المنظمة تتبع في حالة من التأكد مع أقل نسبة مخاطرة ممكنة، وعليه فإن التغيرات البيئية المستقرة يمكن السيطرة عليها وتجنب تأثيرها السلبي.

ب- البيئة البسيطة المتغيرة: وهي البيئة المتغيرة نسبياً، وتتميز هذه البيئة بأن عدد العوامل البيئية قليلة وبسيطة، ولكنها تتغير سريعاً من فترة إلى أخرى، في هذه البيئة تتغير الظروف والأحوال بسرعة، بحيث يصعب على المنظمة أحياناً متابعتها مما يجعلها عرضة للتأثر، ومثال ذلك منظمات الاعمال التي تعمل في مجال الصناعات الخفيفة، مثل صناعة الالبسة، ومواد التجميل، والمنظفات، ومساحيق الغسيل، وألعاب الاطفال، والقرطاسية... الخ، حيث تكون سرعة التحولات في السوق كبيرة، مثل التحول في أذواق واتجاهات وعادات المستهلكين نحو السلعة، وتركز المنظمات الكبيرة على دراسة عادات المستهلكين بشكل دوري لمعرفة هذه الاتجاهات.

ج - البيئة المعقدة المستقرة: أو كما يطلق عليها البيئة المركبة المستقرة، وتتميز هذه البيئة بأن عدد العوامل البيئية كثيرة، ولكنها بسيطة لا تتغير من فترة إلى أخرى، لذلك فهي إلى حد ما واضحة، تتداخل العناصر البيئية مع بعضها البعض مكونة ما يسمى بالبيئة المعقدة التي يصعب على المنظمة أحياناً التعامل معها لسرعتها في التغير من حال إلى حال ومن أمثلتها المنظمات التي تعمل في صناعة الكمبيوتر، والسيارات.

د- البيئة المعقدة المتغيرة: أو كما يطلق عليها البيئة المركبة المتغيرة، وهي من أصعب أنواع البيئات، فالعوامل البيئية كثيرة وصعبة وغير واضحة وهي تتغير من فترة إلى أخرى، في هذه البيئة تتداخل العوامل السوقية بما فيها الموردين مع الظروف البيئية الداخلية في المنظمة، مكونة مع بعضها البعض حركة متغيرة من الأحداث ذات العلاقة بنشاط المنظمة، وتظهر مثل هذه الأحوال تعقيدات وظروف يصعب على المنظمات التعامل معها بسهولة، عندئذ يمكن وصف البيئة المحيطة بها بأنها صعبة ومعقدة جداً يصعب السيطرة عليها.

ومن المنظمات التي تواجه بيئة من هذا النوع هي المنظمات الصناعية الكبيرة ذات الإمكانيات المالية والبشرية الضخمة، والتي تصنع السلع الاستراتيجية مثل الطائرات، والاسلحة الالكترونية، وصناعة الدبابات والصواريخ والأنظمة الدفاعية.

هذا وتعد المنظمة وفق منظور نظرية النظم بأنها ما هي إلا نظام فرعي (Sub – Systems) ، أي أنها نظام فرعي من نظام أكبر هو البيئة التي تعمل فيها المنظمة، وتحصل على مواردها المختلفة «المدخلات» منها فتقوم بالعمليات التشغيلية لكي تحولها إلى «مخرجات» على شكل سلع وخدمات، ومن هذا نستنتج أن هناك علاقة تأثيرية قوية بين المنظمة والبيئة، ويمكن بشكل عام القول أن هنالك حدود تفصل المنظمة عن بيئتها، إلا أنه من الصعوبة تحديد الحدود لمنظمات الأعمال.

ومفهوم الحدود يساعد على التمييز بين النظام المفتوح (Open System) والنظام المغلق (Closed System) فالنظام المغلق نسبياً له حدود جامدة غير متفاعلة بصورة كبيرة مع البيئة التي يعمل فيها، بعكس النظام المفتوح الذي تكون درجة نفاذه وتفاعله مع البيئة الخارجية كبيرة جداً.¹

الفرع الثاني: سمات منظمة الأعمال

على الرغم من تعدد أنواع المنظمات وأشكالها القانونية وتنوع أنشطتها كشخصية اعتبارية أو وحدة إقتصادية إلا أن لها مجموعة من السمات تتميز بها وهي²:

-الأهلية القانونية: ويقصد بها أن المنظمة لا يمكن لها أن تمارس نشاطها الاعتيادي إلا في حالة إستيفائها الشروط القانونية والإجرائية.

-القيادة الإدارية: تعتبر القيادة الإدارية من السمات التي لا بد من توفرها في منظمة الأعمال، فأى منظمة تحتاج إلى شخص مؤهل إدارياً، للقيام بذلك، ويعتمد نجاح أو فشل المنظمة إلى حد كبير على قدرة وكفاءة المدير أو الجهاز الإداري.

-الدليل التنظيمي والإجرائي: تستند المنظمات الفعالية في سير عملها إلى مجموعة من الأدلة التنظيمية والإجرائية لضبط سير العمل، حيث يتم صياغة دليل للإجراءات وكذلك سياسة واضحة المعالم لأعضاء المنظمة للتأكد من تطبيق العمل بالطريقة المثلى.

¹ هادي آل سيف، منظمات الأعمال، 2015، تاريخ الاسترداد 2021/04/17، من جبهة الإخبارية: <http://juhaina.in/?act=artc&id=25883>

² فتحي بسطامي، مهدي شرقي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق منظمة أعمال متميزة من وجهة نظر الإطارات دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 14، العدد 02، الجزائر، 2020، ص248.

-التعاون والتنسيق: يعتبر التعاون بين الأفراد العاملين والتنسيق بين جهودهم وأعمالهم أساساً لنجاح المنظمة والعاملين فيها، ويمكنهم من بلوغ الأهداف المرجوة.

-الهيكل التنظيمي: تتميز المنظمات بوجود هيكل تنظيمي يلبي احتياجاتها وينظم مختلف أنشطتها ووظائفها، ويحدد الصلاحيات والمسؤوليات.

-المسؤولية الاجتماعية: يمكننا أن نشبه منظمة الأعمال بالكائن الحي، الذي يعيش في محيط يستمد منه العناصر اللازمة للبقاء والاستمرارية، فمن الصعب على أي منظمة أن تحقق النمو والنجاح بدون رضا المجتمع عنها، ولا بد أن تدرك أن لهذا المجتمع حقوق يجب أن تحترم، وعلى المنظمة واجبات لا بد من تحقيقها، كما يشمل ذلك حزمة المنافع التي تقدم للمجتمع كمسؤولية إجتماعية، كالمساهمة في تطوير ودعم الأنشطة الاجتماعية، والمساهمة في النمو الاقتصادي.

في الدراسة الحالية سيتم التركيز على سمة المسؤولية الاجتماعية كونها ضمن سمات منظمات الأعمال حيث سنعرج عليها بالتفصيل في المبحث الموالي.

المطلب الرابع: المؤسسات الاقتصادية في الجزائر

لقد شغلت المؤسسة الاقتصادية حيزا كبيرا من اهتمامات الاقتصاديين بمختلف اتجاهاتهم الإيديولوجية، نظرا لكونها النواة الأساسية في النشاط الاقتصادي في المجتمع، ونظرا للتحويلات والتطورات التي تشهدها الساحة الاقتصادية إلى حد الساعة، فإن المؤسسة آنذاك لم تعد هي نفسها المؤسسة حاليا، فبالإضافة إلى تنوع وتعدد أشكالها ومجالات نشاطها فقد أصبحت أكثر تعقيدا.

الفرع الأول: تعريف المؤسسات الاقتصادية

لقد تعددت تعاريف المفكرين للمؤسسة الاقتصادية عبر الزمان، وحسب الاتجاهات والمداخل التي يتبناها كل واحد منهم، وفيما يلي نستعرض مجموعة من التعريف:

تعرف بأنها: "جميع أشكال المنظمات الاقتصادية المستقلة ماليا هدفها توفير الإنتاج لغرض التسويق، وهي منظمة مجهزة بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات، ويمكن أن تعرف بأنها وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة للإنتاج الاقتصادي"¹

كما تعرف بأنها "منطقة اقتصادية اجتماعية مستقلة نوعا ما، توجد فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمني ومكاني"²

ويعرفها M.Truchy بأن "المؤسسة هي الوحدة التي تجمع فيها وتنسق العناصر البشرية والمادية للنشاط الاقتصادي"، ويعرفها François Peroux كما يلي: "المؤسسة هي منظمة تجمع أشخاصا ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال وقدرات من أجل إنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفته"³

الفرع الثاني: تصنيف المؤسسات الاقتصادية

يمكن تصنيف المؤسسات الاقتصادية حسب عدة معايير أهمها: المعيار القانوني، معيار الملكية، معيار الحجم والمعيار الاقتصادي وغيرها من المعايير، وفيما يأتي سنتطرق لأصناف المؤسسة الاقتصادية حسب كل معيار:

1- تصنيف المؤسسة حسب المعيار القانوني: حسب هذا المعيار يمكن تصنيف المؤسسات الاقتصادية إلى صنفين هما:⁴

أ- المؤسسة الفردية: وهي المؤسسة التي يمتلكها شخص واحد، وهو المسؤول الأول والأخير عن نتائج أعمالها، وعادة ما يتولى هو إدارة وتسيير شؤونها، وفي الغالب ما تكون هذه المؤسسة من الحجم الصغير.

ب- الشركة: وهي عبارة عن مؤسسة يشترك فيها شخصان أو أكثر، حيث يقدم كل واحد منهما حصة من رأسمال أو قوة عمل، ويحصل في المقابل على نصيبه من الربح أو الخسارة، ويمكن تصنيف الشركة إلى نوعين رئيسيين وهما:

* شركة الأشخاص: كشركات التضامن، شركات التوصية والشركات ذات المسؤولية المحددة.

¹ إسماعيل عرابي، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص13.

² عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، دار الحمديّة العامة، الجزائر، 1998، ص24.

³ ناصر دادي عدون، مرجع سابق، ص 10.

⁴ عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 1993، ص26.

* شركات الأموال: كشركات التوصية بالأسهم وشركات المساهمة.

2- تصنيف المؤسسة الاقتصادية حسب معيار الملكية: وتصنف المؤسسات حسب هذا المعيار إلى ثلاثة أنواع:¹

أ- **المؤسسة الخاصة:** وهي المؤسسات التي تعود ملكيتها إلى شخص معين أو مجموعة من الأشخاص، مثل المؤسسات الفردية، شركات الأشخاص وشركات الأموال.

ب- **المؤسسة العمومية:** وهي المؤسسات التي تعود ملكيتها للدولة، ويمكن أن تكون هذه المؤسسات وطنية أو تابعة للجماعات المحلية.

ج- **المؤسسة المختلطة:** وهي المؤسسات التي تكون ملكيتها مختلطة بين الدولة والأفراد، سواء كانوا أفراد وطنيين أو أجانب، وتنشأ عادة هذه المؤسسات نتيجة الخوصصة الجزئية للمؤسسات العمومية.

3- تصنيف المؤسسة حسب معيار الحجم: يعتبر معيار الحجم من أهم المعايير التي تصنف بها المؤسسات الاقتصادية، ويمكن تصنيفها وفقاً لهذا المعيار إلى نوعين هما:²

أ- **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** وتدخل ضمن هذا التصنيف كل المؤسسات التي تشغل أقل من 500 عامل، ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنواع:

- المؤسسة المصغرة: وهي التي تشغل أقل من 10 عمال.

- المؤسسة الصغيرة: وهي التي تشغل ما بين 10 و 200 عامل.

- المؤسسة المتوسطة: وهي التي تشغل ما بين 200 و 500 عامل.

وتتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها الأكثر انتشاراً في كل دول العالم وخاصة المتقدمة منها، حيث تصل نسبتها إلى (99%) من مجموع المؤسسات في الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان والدول الأوروبية والرأسمالية.

¹ المرجع نفسه، ص ص 28، 29.

² ناصر دادي عدون، مرجع سابق، ص ص 64-65.

ب- المؤسسة الكبيرة: وهي المؤسسات التي تشغل أكثر من 500 عامل، وهي ذات أهمية كبيرة في الاقتصاد وذلك من خلال النشاط التي تقوم به، والذي قد تعجز الدولة عن أدائه، كالتنقيب عن البترول واستخراجه وتكريره وتسويقه.

4- تصنيف المؤسسة حسب المعيار الاقتصادي: ويمكن تقسيم المؤسسات الاقتصادية حسب هذا المعيار إلى الأنواع الآتية¹:

أ- المؤسسات الفلاحية: وهي المؤسسات التي تقوم بخدمة الأرض، وإنتاج المنتجات النباتية والحيوانية.

ب- المؤسسات الصناعية: وهي المؤسسات التي تنشط في ميدان استخراج المواد الأولية وتحويلها.

ج- المؤسسات التجارية: وهي المؤسسات التي تقوم بتوزيع المنتجات وإيصالها إلى الزبائن.

د- المؤسسات المالية: وهي المؤسسات التي تقوم بالنشاطات المالية، كالبنوك ومؤسسات التأمين وغيرها.

هـ- مؤسسات الخدمات: وهي المؤسسات التي تقوم بتقديم مختلف أنواع الخدمات كمؤسسات النقل، التعليم، الصحة وغيرها.

الفرع الثالث: المؤسسات العمومية الاقتصادية

أولاً: تعريف المؤسسة العمومية الاقتصادية

جاء تعريفها في المادة الثانية من الأمر 01-04 المؤرخ في أول جمادى الثانية 1422 الموافق ل 20 أوت 2001 والمتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخصصتها على النحو التالي "المؤسسات العمومية الاقتصادية هي شركات تجارية تحوز فيها الدولة أو أي شخص معنوي آخر خاضع للقانون العام، أغلبية رأس المال الاجتماعي مباشر أو غير مباشر، وهي تخضع للقانون العام"²

ومن بين التعريفات للمؤسسة العمومية الاقتصادية "هي المؤسسات التي تتخذ موضوعاً لها نشاطاً تجارياً، أو صناعياً مماثلاً لنشاط الأفراد، وقد ظهرت هذه المؤسسات مع بداية الحرب العالمية الثانية، نتيجة الظروف الاقتصادية، وبرز مبدأ ضرورة تدخل الدولة في الميدان الاقتصادي لمواجهة الأزمات، لمنع الاحتكار والمغالاة في الأسعار، وتحقيق ما

¹ إسماعيل عرياجي، مرجع سابق، ص16.

² المادة الثانية من الأمر رقم 04/01 المؤرخ في أول جمادى الثانية 1422 الموافق ل 20 أوت 2001.

يسمى الأمن الغذائي، وهو نشاط يستهدف تحقيق النفع العام،¹ فحضور المؤسسات العامة الاقتصادية للقانون الخاص يرجع إلى طبيعة نشاطها الاقتصادي الذي لا يختلف عن نشاط الأفراد، مما يستدع خضوعها للقانون الذي يتلاءم مع طبيعة هذا النشاط، وهو القانون الخاص.²

وفي محاولة تعريف المؤسسة العامة الاقتصادية تعريفا اقتصاديا بحتا، نجد تعريف الدكتور "عبود صموئيل" الذي يقرر " بأن المؤسسة العامة الاقتصادية هي الوحدة الإنتاجية التي تقوم على أساس العمل الجماعي للعاملين فيها، والمزودين بالموجودات المادية (الأصول المادية)، وبالموجودات المالية والتي تعود ملكيتها للشعب، والمؤسسة تكون الوحدة الأساسية في الاقتصاد الوطني، وتعمل على إنجاز المهمة المخصصة لها وفق خطتها المنبثقة من خطة الدولة العامة والتي تهدف إلى مزاولة الإنتاج وإعادة الإنتاج الموسع، كما تقوم بدور المنتج السلعي الاشتراكي الذي يقوم بتزويد المواطنين باحتياجاتهم، ويتم إقامتها من قبل الدولة، إلا أنها تتمتع باستقلالها من الناحية القانونية والاقتصادية.³

الملاحظة الأساسية من خلال ما سبق كل هذه التعريفات تجمع على اعتبار المؤسسة هي أن العمومية ذات الطابع الاقتصادي شركة تجارية، لها شخصية معنوية مستقلة، ملك لشخص عام وتخضع للقانون الخاص.

ثانيا: خصائص المؤسسة العمومية الاقتصادية

جاء نظام المؤسسة العمومية الاقتصادية مواكبا للتطورات التي حصلت في علاقة الدولة بالإقتصاد أي دور الدولة، لهذا فهي تتميز بعدة خصائص أساسية نذكر منها⁴:

1- المؤسسات العمومية الاقتصادية هي شركات تجارية:

بحيث حدد المشرع الجزائري في المادة الأولى من الأمر رقم 04/01 شكلين يمكن أن تتخذهما، إما شركات مساهمة وإما شركات ذات مسؤولية محدودة، ينتج عن هذا خضوعها للقانون التجاري فيما يخص الشروط القانونية لتكوين هذه الشركات وكذا القوانين الخاصة التي تحكم النشاط الاقتصادي أو التجاري.

¹ ماجد راغب الحلو، القانون الإداري، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1994، ص 292.

² زقوران سامية، عملية الرقابة الخارجية على أعمال المؤسسات العامة في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002، ص 127.

³ صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص 59.

⁴ André de Laubadère et Pierre Delvolvé, **Droit public économique**, Édition DALLOZ, cinquième édition, 1986 pp 715-720.

2- تمتلك الدولة كل أو أغلبية رأس المال:

بمذه الخاصية تعتبر المؤسسات العمومية ذات الطابع الإقتصادي من ضمن القطاع العام في الدولة حيث تكون أغلبية الحصص ملك للشخص العام وهي الدولة كما في حالة الشركات الوطنية، بينما تكون شركات محلية تلك الشركات التابعة للجماعات الإقليمية أي الولاية والبلدية، كما تعتبر شركات ذات إقتصاد مختلط في حالة وجود شريك وطني أو أجنبي، يملك على الأكثر 49 بالمائة من رأس المال.

3- الشخصية المعنوية:

أ- للمؤسسات العمومية الإقتصادية شخصية قانونية، يترتب عنها إستقلالية مالية وإدارية، تحصل على أموال نتيجة لأنشطتها التجارية، هذه الأموال تمثل ثمن الخدمة أو السلع المقدمة، كما تتمتع هذه المؤسسات بالاستقلالية في التسيير، وهذا لغرض تحريرها من الإجراءات الإدارية البيروقراطية.

ب- إن المؤسسات العمومية الإقتصادية، عكس المؤسسات العمومية الإدارية والمؤسسات العمومية التجارية والصناعية، لا تمتاز بميزة التخصص فهي تمارس أنشطة تجارية وتسعى لتحقيق الربح أينما وجد.

ثالثا: التمييز بين المؤسسات العمومية التجارية والصناعية وبين المؤسسات العمومية الإقتصادية

هناك إختلافات جوهرية بين المؤسسات العمومية الإقتصادية من جهة وبين المؤسسات العمومية التجارية والصناعية من جهة أخرى، وهي تتمثل في¹:

- تخضع المؤسسات العمومية الإقتصادية بشكل كلي لقواعد السوق وبالخصوص لقواعد القانون التجاري، بينما تخضع المؤسسات العمومية التجارية والصناعية لنظام قانوني مختلط، فتارة تخضع لقواعد القانون التجاري وتارة أخرى تخضع لقواعد القانون الإداري.

- تعتبر المؤسسات العمومية الإقتصادية شركات تجارية، تحكمها نفس القواعد المطبقة على الشركات التجارية التي يديرها الخواص، بينما لا تخضع المؤسسات العمومية التجارية والصناعية لنفس الأحكام التي يخضع لها الخواص.

- تنشط المؤسسات العمومية التجارية والصناعية في القطاعات الإستراتيجية لضمان المصلحة العامة في تعاملاتها وهي لا تهدف إلى تحقيق الربح لأنها دائما تنشأ من أجل تسيير مرفق عام تجاري وصناعي، بينما تتواجد

¹ شاب الراس عبد القادر، المؤسسة العمومية ومبدأ المنافسة، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2017، ص ص 27-28.

المؤسسات العمومية الإقتصادية في جميع الميادين سواء الاستراتيجية أو غير الاستراتيجية، هدفها دائما هو تحقيق الربح.

ومن أمثلة المؤسسات العمومية الإقتصادية في الجزائر على سبيل الذكر لا الحصر، والتي تم التطرق إليها في هذه الدراسة من حيث الجانب التطبيقي نجد: (الشركة الوطنية للكهرباء والغاز، شركة نفطال، ومؤسسة إتصالات الجزائر)، حيث تم إجراء الدراسة الميدانية على فروعها بمدينة الجلفة.

سيتم في المبحث الموالي التركيز على سمة المسؤولية الاجتماعية كونها ضمن سمات منظمات الأعمال حيث سنعرج عليها بالتفصيل.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية في السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ بحيث بدأت المؤسسات تعمل على إظهار مسؤولياتها الاجتماعية بشكل أكثر جدية في إدارة استراتيجياتها من خلال التقارير الاجتماعية التي تعدها لأصحاب المصالح.

ولقد رافق هذا التطور في مسؤوليات منظمات الأعمال تجاه مجتمعاتها، تصاعدا في تأثيرات المجتمع وضغوطه من أجل تبني إدارة منظمات الأعمال لمزيد من أهداف المجتمع وتطلعاته، وأدت هذه الضغوط إلى أن تتبنى منظمات الأعمال مزيدا من الالتزام للطلب الاجتماعي سواء كان مفروضا بحكم القانون أو بحكم المبادرات التي تقوم بها لإرضاء المجتمع.

من خلال هذا المبحث سنتناول المفاهيم المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، بحيث:

المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

المطلب الثاني: أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

المطلب الثالث: النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

المطلب الرابع: المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية

المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات

الفرع الأول: نشأة المسؤولية الاجتماعية

لم تكن بداية ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بداية قوية، حيث أن هذا المفهوم لم يلفت الأنظار أو يشد الانتباه، بل ظلت هناك بعض الإشارات غير المباشرة حتى نهاية الخمسينيات وبداية الستينات من القرن الماضي، حيث بدأ هذا الأخير يلفت الأنظار ويشد الانتباه إليه أكبر مما مضى، فكانت تلك البادرة أشبه ما تكون لبداية فكر جديد في فلسفة الإدارة في إطار مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

من الصعب تحديد تاريخ يمكن اعتباره بداية لظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية، فمنذ أكثر من نصف قرن لم يكن هذا المصطلح أحد المصطلحات المستخدمة في أدبيات إدارة الأعمال، بل لم يكن حتى أمرا واردا على

الإطلاق، وقد عبر (Robinson) عن هذا الواقع بقوله: "أنه منذ نصف قرن مضى كان من قبيل الجرأة مجرد اقتراح أن إدارة المشروع يقع عليها أي نوع من المسؤولية اتجاه المجتمع"¹.

ظهر مصطلح المسؤولية الاجتماعية أول مرة عام 1923 بشكل واضح عندما أشار (Sheldon) في كتابه (فلسفة الإدارة): "إن المؤسسات عليها إلى جانب مسؤولياتها الاقتصادية، مسؤوليات أخرى اجتماعية، وأن بقاء المؤسسة واستمرارها على المدى الطويل يحتم عليها أن تلتزم وتستوفي تلك المسؤوليات الاجتماعية"².

غير أنه لا يمكن الجزم أن هذا التاريخ يعتبر المسعى الأول لربط النتائج الاقتصادية للمؤسسة بالأهداف المرغوبة ذات الطبيعة الاجتماعية، فمثلا في أوقات ندرة الخشب الأولى التي شهدتها إنجلترا في بداية القرن 19 قرر عدد من المسؤولين غرس شجرة عن كل واحدة مقطوعة لتمكين الأجيال اللاحقة من التمتع بثروة الخشب وفي نفس الوقت المحافظة على البيئة، هذا دليل على أن مسألة العدالة بين الأجيال كانت مطروحة بشكل رسمي، كما تبنت عدة مؤسسات فرنسية وأوروبية منذ القرن 19 مبادئ أخلاقية منها احترام القيم العائلية مكان العمل، أما في القرن العشرين فقد لاحظ (Clark) ما يلي: "لا يعتبر الأشخاص مسؤولين عن النتائج المعروفة عن أعمالهم فحسب، بل تمتد هذه المسؤولية لتشمل أيضا النتائج المعروفة عن معاملاتهم سواء كانت متوافقة مع القانون أم لا"³.

وأصبحت فكرة المسؤولية الاجتماعية أكثر انتشارا خلال العقد السادس من القرن العشرين وذلك بعد ظهور الانتقادات العديدة لمفهوم المسؤولية الاقتصادية أساسا لتعظيم الرفاهية الاجتماعية، فضلا عن تطور مفهوم المؤسسة كونها نظاما اجتماعيا فرعيا داخل نظام اجتماعي أكبر يجب أن تعمل من أجل تحقيق التوازن معه لضمان الاستمرار⁴.

¹ محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، مصر، دار الوفاء، الطبعة الأولى، 2007، ص: 53.

² حسناء مشري، سفيان مسالته، المسؤولية الاجتماعية للشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، الطبعة الأولى، 2019، ص: 106.

³ Lahsen Abdelmalki, Patrick Mundler, *Économie de l'environnement et du développement durable*, De Boeck, Bruxelles, Paris, 2010, pp:134-135.

⁴ Prakash Sethi, *An approach to incorporating sociale preferences in developing corporate action strategies, In the unstable ground: corporate sociale poling in dynamic society*, Melville publishing company, New Jersey, 1974, p:67.

ولعل الفكرة الأساسية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية تقوم على نظرية العقد الاجتماعي والتي مفادها بأن المؤسسة أو أي مؤسسة اجتماعية أخرى ترتبط بعلاقة تعاقدية مع المجتمع، وهذه العلاقة إما أن تكون صريحة أو ضمنية¹.
يترتب عليها أن تقوم المؤسسة بتقديم المنتجات أو الخدمات النافعة والمرغوبة فيها للمجتمع ومن ثم توزيع العوائد والمزايا الاقتصادية والمكاسب الاجتماعية على المجموعات الموجودة في المجتمع بعدالة، والتي تشكل القاعدة التي تستمد منها المؤسسة مواردها².

في ظل هذه النظرية فإن على المؤسسات أن تعمل بصورة متوازنة وعقلانية على استخدام موارد المجتمع برشد وتوزيع العائد أو أية موارد أخرى على المجتمع بعدالة، وهذا من شأنه أن يعطي المؤسسة صورة أكثر قبولاً لدى الأطراف المختلفة، وذلك ليس فقط لأنها قادرة على تحقيق الأرباح وتعظيم القيمة السوقية للمالك فحسب، بل لأنها وحدة اجتماعية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية، ما يعني حتماً التزامها بالعقد الاجتماعي³.

من هنا تم قبول المسؤولية الاجتماعية هدفاً من بين الأهداف الرئيسية للمؤسسة، وقد حظيت بالاهتمام لدى الدول المتقدمة والمجتمعات الغربية لاسيما على المستويين الأكاديمي والعملي، كما حظيت بالاهتمام في المجتمعات الإسلامية بوتيرة متزايدة لشدة ارتباطها بالمفاهيم الدينية وإن كان هذا الاهتمام على المستوى العملي الخيري أكثر منه على المستوى الأكاديمي، وذلك لاكتنافه الكثير من الغموض والجدل بين الباحثين ورجال الأعمال وغيرهم من ذوي العلاقة حول طبيعة المسؤولية الاجتماعية وأبعادها وآثارها وطرق قياسها والرقابة عليها وما إلى ذلك⁴.

الفرع الثاني: تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لقد شاع في وقتنا الحالي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في العالم بأسره إذ أصبحت الشركات مطالبة بإدراج هذا المفهوم ضمن سياساتها بهدف توجيه اهتمامها صوب قضايا المجتمع والبيئة وتحقيق التنمية المستدامة، بيد أن هذا المفهوم ليس بالجديد، فقد ظهر وتطور في الفكر الغربي مع تطور النشاط الاقتصادي.

¹ Kamal N, Ahmad H, Duha K, Rana N, **Determinants of Corporate Social Disclosure in Developing Countries: The Case of Qatar**, Advances in International Accounting, 2006, Vol (19), p:06.

² محمد مطلق العتيبي، القياس والإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي في القطاع المصرفي، دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، سوريا، جامعة دمشق، 2009، ص: 16.

³ راضي الحمادين، محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الفندقية الأردنية، رسالة ماجستير منشورة، الأردن، جامعة آل البيت، 2002، ص: 24.

⁴ Kamal N, Ahmad H, Duha K, Rana N, Op.Cit, p: 06.

فهناك من يرجع تاريخ أول شرارة للمسؤولية الاجتماعية إلى القرن الثامن عشر الذي شهد فيه تزايد النقابات العمالية للمطالبة بتحسين أوضاع العمال، هذه الحركات كانت سببا في زرع أول بذرة للمسؤولية الاجتماعية في النظام الرأسمالي، وعموما يمكن القول أن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء مرافقا لتطور مفهوم المؤسسة وازدياد حجمها والذي مر بثلاث مراحل أساسية، وهي:

1-المرحلة الأولى:

هذه المرحلة امتدت من القرن الثامن عشر إلى نهاية العشرينيات من القرن الماضي، حيث سادت وجهة نظر النيوكلاسيك التي ترى أن الهدف الوحيد للمؤسسة الاقتصادية هو تعظيم الربح وأن السعي وراء تحقيق المصلحة الخاصة يؤدي إلى تحقيق المنفعة العامة، إلا أنه وبموازاة ذلك وخلال هذه الفترة كانت هناك بوادر لبعث المسؤولية الاجتماعية في بعض الأعمال ذات الصلة بالأخلاق الدينية، كما هو الحال في أعمال (Max Weber) وكذا (J.M Clark) الذي يرى في مقال نشر سنة 1916: "إن الاقتصاد المبني على مبدأ دعه يعمل دعه يمر يمكن وصفه بأنه اقتصاد غير مسؤول فهو مجرد الفرد من أية مسؤولية خارجة عن النشاط الاقتصادي ويضيف أن هناك حاجة إلى اقتصاد مسؤول، متطور ضمن أخلاقيات الأعمال التجارية¹.

2-المرحلة الثانية: نموذج (Sharholder)

امتدت هذه المرحلة من أواخر العشرينيات إلى بداية الستينيات من القرن الماضي إذ جاءت العديد من النظريات الحديثة بناء على الانتقادات الموجهة لمبدأ الهدف الوحيد(كنظرية المهارات)(La théorie des compétences) ل: (E. Penrose, 1959) التي ترى أن تحقيق الربح هو ضروري للمنشأة لكنه ليس الهدف الوحيد (فالانتقاد يخص عملية تعظيم الربح وليس تحقيق الربح)²، غير أن هذه النظريات التي نادى بتعدد الأهداف انصب اهتمامها على الأهداف الداخلية للمنشأة كزيادة المبيعات، وزيادة حجم المؤسسة، وتحسين الأجور وغيرها ولم تولي اهتماما بالدور الاجتماعي والبيئي للمنشأة ولعل السبب في ذلك هو بروز هذه النظريات في مرحلة تميزت بما يسمى "التنمية الفوردية" (Le développement fordisme) وبالإنتاج والاستهلاك الواسعين وكذا سهولة الحصول على المواد الطبيعية وأيضا بنوع من الإباحية في ما يتعلق بالمخلفات الصناعية وآثارها على المحيط.

¹ B.Laperche et D.Uzunidis, **Responsabilité sociale et profit: repenser les objectifs de l'entreprise**, Revue française de gestion, 2011, Vol (247), p:115.

² B.Laperche et D.Uzunidis, Op.Cit, p: 07.

ومن أهم مؤيدي هذا التوجه (Milton Friedman) الذي يرى أن المسؤولية الاجتماعية للمنشأة لا تمارس إلا من خلال القرارات الموجهة لتحسين المردودية الربحية لفائدة المساهمين¹، إلا أنه وخلال هذه المرحلة أيضا وامتدادا لأفكار (J.M. Clark et Max Weber) توالى الأعمال المطالبة بمسؤولية المؤسسات اتجاه المجتمع ولعل من أهمها كتاب (H.R. Bowen, 1953) والذي أراد من خلاله جعل المسؤولية الاجتماعية وسيلة لتنظيم الاقتصاد الأمريكي، حيث كان ذلك بدافع من منظمة دينية².

3- المرحلة الثالثة: نموذج (Stakeholders)

مرحلة إدارة نوعية الحياة أو ما سمي بنموذج (Stakeholders) والتي تمتد من نهاية الستينيات إلى غاية اليوم، حيث تميزت أولا بازدياد حجم المؤسسة ورفض العمال لظروف العمل القاسية، فازدادت المناوأة بالمسؤولية الاجتماعية لرأس المال، ونذكر على سبيل المثال المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا عام 1972 تحت شعار: "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال" والذي طالب بضرورة إلزام كافة المنظمات برعاية الجوانب الاجتماعية والبيئية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد³.

وفي الثمانينات جاءت نظرية أصحاب المصالح (Stakeholders) التي لها وجهة نظر اجتماعية اقتصادية والتي تعتبر المؤسسة الاقتصادية مسؤولة على تحقيق الرفاهية الاجتماعية على مستوى واسع إذ يقول الاقتصادي (Paul Samuelson) "أن المؤسسة الكبيرة هذه الأيام ليس فقط عليها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية وإنما التأكد من أنها تعمل أفضل ما بوسعها من أجل ذلك"⁴، وهذه النظرية تعتبر صاحب المصلحة كل طرف داخلي أو خارجي عن المؤسسة مسؤول عن الإدارة الجيدة لكل الأطراف سواء كانوا مساهمين، موردين، موزعين، وأيضا العاملين وأسرهم والبيئة المحيطة والمجتمع المحلي والمجتمع الكلي، ثم جاء مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات كنظرية جديدة تأخذ بعين الاعتبار المساهمة في الإنتاج والحفاظ على الموارد العالمية المشتركة وضمان الشروط الملائمة في حياة المجتمعات البشرية.

¹ نجم عبود نجم، أخلاقيات علم الإدارة في عالم متغير، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث ودراسات)، جامعة الدول العربية، 2006، ص: 127-128.

² بقدر عائشة، بكار آمال، المسؤولية الاجتماعية بين الإلزام والالتزام، المؤتمر الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، الجزائر، جامعة بشار، 2012، ص: 03.

³ مقدم وهبية، مرجع سابق، ص: 04.

⁴ طاهر الغالي، صالح العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة، 2015، ص: 58.

ورسمياً يؤرخ لظهور مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية للشركات في منتصف التسعينيات من القرن الماضي، واكتسب هذا المفهوم شهرة عالمية في منتدى دافوس عام 1999 عندما دعا الأمين العام للأمم المتحدة (كوفي عنان) رجال الأعمال إلى مبادرة عالمية تهدف إلى تعزيز التنمية المستدامة والمواطنة الصالحة للشركات، وتم الشروع في تنفيذ تلك المبادرة عام 2000 بنيويورك.

4-المرحلة الرابعة:

بدأت هذه المرحلة مع حدوث عدد من الكوارث التي أثرت مباشرة على الإنسان، والتي أثبتت القرارات الضعيفة حيال بعض القضايا، ومن هذه الكوارث¹:

- تسرب الغاز من مصنع (Bhopul) في الهند عام 1984م.
- حادثة مفاعل (تشرنوبل) في روسيا عام 1986م.
- تسرب الزيت من مصنع (Exxon) في الأسكا عام 1986م.
- ظاهرة الاحتباس الحراري

ومن منظور استراتيجي بدأت الشركات وفقاً للكوارث الآنفة الذكر تتوقع التكلفة المادية التي يمكن ان تتحملها نظير ما قد تلحقه هذه الكوارث بتلويث البيئة، وما يمكن أن يطالها أيضاً من سوء السمعة أمام المجتمعات²

بالإضافة الى ذلك بدأ يتبين لمجتمع الأعمال المتطلبات التي يمكن أن توجه أخلاقيات منظماته لتؤطر مسؤولياتها الاجتماعية، وقد تزامن مع هذه المرحلة ولأول مرة سماح حكومات الدول النامية ومن خلال مفهوم التخصصية في الثمانيات لمنظمات القطاع الخاص، الاستثمار في مجالات الطاقة، والنقل، والمياه، والاتصالات، مما شكل تحدياً على هذه المنظمات لإيضاح سياساتها نحو حماية البيئة وحقوق الانسان³.

¹ M.Havenaar et J.Cwikel, E.Bromate, **Psychological and Societal Consequences of Ecological Disasters**, Kindle Edition, New York, 2002, p:50.

² Brian Nattrass, Mary Altomare, **The Natural Step for Business: Wealth, Ecology & the Evolutionary Corporation**, New Society Publishers, Island, 1999, p:18.

³ Chad Holliday, Stephan Schmidheiny, Philip Watts, **Walking the Talk: The Business Case for Sustainable Development**, Greenleaf Publishing Ltd, England, 2002, p:36.

5-المرحلة الخامسة:

في بداية التسعينات من القرن العشرين أصبحت المفاهيم كالشفافية، والتعاون بين البيئة والاقتصاد، تتبلور في أذهان مديري كبرى منظمات القطاع الخاص، كما وضعت في هذه المرحلة الكثير من المعايير، والمبادئ التي ظلت فعالة وموجهة للشركات حتى القرن الواحد والعشرين، كما أن مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي عقد في (ريودي جانيرو، 1992)، والذي أطلق عليه اسم (قمة الأرض)، كان منعظا مهما توج بصدر وثيقة سميت بـ (أجندة 21) والتي كانت خطة مفصلة عن التنمية العالمية المستدامة¹، وقد تضمنت هذه الوثيقة سلسلة من الموضوعات تنتظم في أربعين فصلا، وخمسة عشر مجالا من مجالات العمل، يمثل كل منها بعدا مهما من أبعاد استراتيجية لفترة انتقالية شاملة للأعمال التي يلزم القيام بها لحماية البيئة، والتنمية البشرية بشكل متكامل، لكن الشركات العالمية كطرف مهم في قضايا المؤتمر كانت ذات حضور مؤثر جعلها تحول توصياته فيما يتعلق بدورها تجاه البيئة وقضاياها الى أمور تطوعية غير ملزمة، غير أن ذلك لم يقنع بقية المشاركين والذين بلغ عددهم ما يقارب ثلاثين ألف من المنظمات غير الحكومية، والأكاديميين، وغيرهم ممن فوضوا لحضور المؤتمر، والذين اتخذوا موقفا حازما بمطالبتهم لتحول في دور الشركات².

وبعد مؤتمر (قمة الأرض)، وتحديدًا في عام (1994) اجتمع القادة السياسيون من مختلف دول العالم، وممثلو منظمات الأعمال، والاقتصاديون، والباحثون في منظمة (Wuppertal) بألمانيا من أجل بحث قضايا: البيئة، والمناخ والطاقة، وتأثيرها في القضايا الاجتماعية، هذه المؤتمرات وغيرها شكلت ضغوطا على الشركات لتغيير نهجها واستراتيجيتها نحو واجبها فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعمل فيه³.

6-المرحلة السادسة:

بعد ما يقارب من عقد كامل ومنذ عام (1992)، وبالتحديد عام (2002)، عقدت القمة العالمية للتنمية المستدامة في مدينة (جوهانسبرغ) بجنوب أفريقيا، وحضرها ما يقارب (191) دولة، وقد نوقشت في هذه القمة الكثير من القضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة.

¹ Michael Hopkins, **The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age**, Palgrave Macmillan, USA, 1999, p:102.

² Paul Hawken, **The Ecology of Commerce Revised Edition: A Declaration of Sustainability**, Collins Business, New York, 2010, p:54.

³ Frankel Carl, **In Earth's Company: Business, Environment and the Challenge of Sustainability**, Gabriola Island, Canada, 1998, p:95.

وتنتج عن ذلك إنشاء العديد من المنظمات والبرامج لتعمل على الاهتمام بهذه القضايا، ومن ذلك: برنامج الأمم المتحدة للبيئة، ولجنة التنمية المستدامة، إلا أنه ورغم ذلك ظل جميع ما تحقق في هذه المرحلة من مراحل المسؤولية الاجتماعية ضعيفا ويحتاج الى اعادة نظر والتزام أكثر لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وخصوصا فيما يتعلق بدور منظمات القطاع الخاص في ذلك، ويزيد الأمر سوءا ما أشار إليه (Taylor) من حقيقة بأن سكان العالم بحلول (2050) سيبلغ عددهم (10 مليار) نسمة مقابل (6 مليار) نسمة في مطلع القرن الواحد والعشرون¹

يمكن أن نلاحظ من خلال الاستعراض السابق للتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بأنه كان بطيئا ومتدرجا، كما أن بواعث الاهتمام به بدأت من خلال النفقات الحكومات والمنظمات غير الحكومية لقضايا اجتماعية لم تكن لافتة للنظر من قبل، بينما كان للكوارث المتلاحقة التي أضرت بالبيئة والبشر الدور الحاسم في تزايد الأصوات المناادية بتفعيل دور منظمات القطاع الخاص لتأدية واجبات منهجية وموجهة تجاه المجتمع والبيئة اللذين تعمل فيهما.

لقد تزامن ذلك مع إدراك هذه المنظمات أن استمراريته وتطورها وربحيته أيضا باتت مرهونة بقيامها بأدوار اجتماعية في إطار تحقيق أهداف التنمية المستدامة، كل هذا وغيره ساهم في تأسيس مفهوم المسؤولية الاجتماعية من أجل تحسين جودة الحياة للعنصر البشري وحماية البيئة، وفي النهاية تقوية العلاقة بين منظمات القطاع الخاص والمجتمعات، ومن ثم إيجاد منظمات مسؤولة اجتماعيا، حيث تدرك هذه المنظمات أن استمراريته وتطورها وربحيته تعتمد أيضًا على دورها الاجتماعي في إطار تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وكل هذه الجوانب وغيرها تساهم في ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتحسين العنصر البشري، وجودة الحياة وحماية البيئة، وفي نهاية المطاف تعزيز العلاقة بين المنظمات الإدارية، والأفراد والجمعيات الخاصة، ومن ثم إنشاء المنظمات المسؤولة اجتماعياً.

وتزامن ذلك مع إدراك المنظمات أن استمراريته وتطورها وربحيته تعتمد أيضًا على دورها الاجتماعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، كل هذا وغيره ساعد في ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتحسين نوعية الحياة للعنصر البشري وحماية البيئة وفي نهاية المطاف لتعزيز العلاقة بين المنظمات في القطاع الخاص والشركات، وإنشاء منظمات مسؤولة اجتماعيا.²

¹ عايد العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، الأردن، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص 21.

² المرجع نفسه، ص 22.

الفرع الثالث: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

غالباً ما يصادف الباحثين في مجال المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال توجهين من التعريفات، يمكن تصنيفهم كما ما يلي:

-التوجه الأول: مختلف تعريف الأكاديميين.

-التوجه الثاني: مختلف التعاريف الصادرة عن المنظمات والمهيات المحلية والدولية.

حيث يلاحظ أنها تختلف باختلاف وجهات النظر والمدارس الادارية.

بناء على ما سبق سيتم عرض أهم التعاريف الواردة في مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بناء على التصنيفات السابقة.

1-تعريف المسؤولية الاجتماعية من منظور الأكاديميين والباحثين:

أورد الباحثون وجهات نظر متعددة بشأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية آخذين بعين الاعتبار ما ورد في النقاط أعلاه كأساس لتوضيح مختلف آرائهم:

- يعتبر أول من كتب في المسؤولية الاجتماعية للمنظمات هو الاقتصادي الأمريكي (John Klark) وصدر له أول مقال بعنوان "التغيرات الجوهرية في المسؤولية الاجتماعية" وكان ذلك عام 1916، بواسطة هذا البحث يقترح الاقتصادي كلارك توسعة نطاق مسؤولية المؤسسة لكي تشمل البعد الاجتماعي¹.
- يرى (Philip Kotler) أن المسؤولية الاجتماعية هي "التزام بتحسين رفاهية المجتمع من خلال ممارسات أعمال اختيارية تقديرية ومساهمات بالموارد المؤسسية"²
- يعتبر (Bowen) أول من أشار الى مفهوم المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال حيث اعتبر الكثير من المتخصصين هذا الباحث بمثابة الأب المنظر والمؤسس للمسؤولية الاجتماعية للشركات³، بحيث عرف

¹ BOUYOUD Floriane, **Le management stratégique de la RSE**, 6eme congrès de l'ADERSE des 22 et 23 janvier 2009, Ecole supérieure de commerce de Pau, France, p 04.

² فيليب كوتلر، نانسي لي، ترجمة علا أحمد إصلاح، "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2011، ص 09.

³ BRUNEL Magdagnella et TRIKI Dora, **Peut-on standardiser la responsabilité sociale des entreprises? une approche théorique**, 6eme congrès de l'ADERSE des 22 et 23 janvier 2009, Ecole supérieure de commerce de Pau, France, p 01.

(Bowen) المسؤولية الاجتماعية من خلال الهدف من ممارستها والذي يتمثل أساسا في العمل على تطور المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة حيث وضع أنها تمثل: "التزامات رجال الأعمال للسعي الى بناء سياسات، اتخاذ قرارات، ومتابعة خطوط العمل التي تكون مرغوبة من حيث الأهداف وتعمل على تطوير المجتمع"¹.

- ويرى (Davide Chandler) أن المسؤولية الاجتماعية هي "مسؤولية الشركات من أجل تلبية احتياجات حملة الأسهم وأصحاب المصلحة وفي نفس الوقت مسؤولية هؤلاء اتجاه أفعال شركائهم."²
- ويشير كل من (Frederick William et Davis Keith) الى ان المسؤولية الاجتماعية تتمثل في تحقيق التوازن بين الأهداف الاجتماعية والاقتصادية وذلك من خلال مواجهة التحديات المختلفة، حيث يشيران الى ان الاستجابة لتلك المسؤولية من طرف المنظمة بشكل طوعي وليس خوفا من النقد او التهديد باستخدام القانون، وينصحان منظمات الأعمال بالاستجابة لمتطلبات البيئة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاهها، والا فإن المجتمع على المدى البعيد سيسلب مكانتها وقوتها بما أسماه بالقانون الحديدي للمسؤولية الاجتماعية.³
- عرف (Drucker) المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، كما عرفها (Holmes) بأنها التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الاسكان والمواصلات وغيرها.⁴
- كما عرف (Jones) المسؤولية الاجتماعية بأنها المسؤولية الأخلاقية للمنظمة تجاه مجموعة أصحاب المصالح التي تتأثر بشكل مباشر أو غير مباشر بأعمال المنظمة، ويبين هذا التعريف أن للأخلاق دور كبير في المسؤولية الاجتماعية.⁵

¹ BOWEN Howard R., **Responsibilities of Businessmen, the Federal council of the churches of Christ in America**, University of Iowa, U.S.A, 1953, p 56.

² Chandler, D «**Strategic Corporate Social Responsibility: Sustainable Value Creation**» SAGE Publications, CA, USA, 2016, p04.

³ محمد الصيرفي، **المسؤولية الاجتماعية للإدارة**، الطبعة الأولى، دار الوفاء، مصر، 2007، ص22.

⁴ كوثر عبد الفتاح محمود الأبيجي، **المسؤولية الاجتماعية للمصارف والمؤسسات المالية الإسلامية: بين الواقع والمأمول**، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، المجلد 83، العدد 02، جوان 2012، ص32.

⁵ المرجع نفسه، ص33.

- أما (Pride) فيعرفها على أنها الاقرار بأن نشاطات الأعمال لها تأثير على المجتمع واعتبار ذلك التأثير في اتخاذ قرارات الأعمال، فيما يرى (Williams) بأن المسؤولية الاجتماعية التزام قطاع الأعمال بمتابعة السياسات والأعمال التي تفيده المجتمع¹.
- وتجدد الإشارة إلى أن رأياً آخر طرح من قبل الباحث (Robbins) إذ ميز فيه بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة الاجتماعية وفق مجموعة من الأبعاد مشيراً إلى أن المسؤولية الاجتماعية ترتكز على اعتبارات أخلاقية حيث تركز على النهايات من الأهداف بشكل التزامات بعيدة المدى، أما الاستجابة الاجتماعية فهي عبارة عن الرد العلمي بوسائل مختلفة على ما يجري من تغيرات وأحداث اجتماعية على المدى المتوسط والمدى القريب².
- وكما عرف ثامر البكري المسؤولية الاجتماعية بأنها "عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءاً من استراتيجيته"³.
- وعرفت المسؤولية الاجتماعية من قبل محمد الصيرفي بأنها "إجبار المنظمات للعمل بطريقة لخدمة ذوي الاهتمام الداخليين والخارجيين والأطراف ذوي العلاقة بالمنظمة"⁴.
- ويرى محمد فلاق بأن المسؤولية الاجتماعية هي "المساهمة العقلانية القائمة على المبادرة المخططة من منظمات الأعمال في متطلبات مسؤولية الشراكة الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية الاجتماعية المتكاملة، المبنية على قوة العلاقة بين منظمات الأعمال والمجتمع، بما يحقق الترابط المتوازن بين توقعات المجتمع من جانب وخطط وبرامج منظمات الأعمال للبقاء والاستقرار والنمو من جانب آخر"⁵.

¹ هناء محمد الخيطي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، مجلة الدراسات المالية والصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، المجلد 83، العدد 04، ديسمبر 2012، ص 35.

² سمية دربال، محددات تبنى المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية دراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خلال الفترة (2017-2018)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة ورقلة، 2019، ص 05.

³ ثامر ياسر البكري، المسؤولية الاجتماعية بمنظور تسويقي: دراسة تسويقية لأراء عينة من المديرين العاملين في المنشآت التابعة لوزارة الصناعة والمعادن، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، غير منشورة، جامعة بغداد، 1996، ص 14.

⁴ محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص 125.

⁵ محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار البازوري، عمان، الأردن، 2019، ص 46-47.

- أما (Certo) فقد ذهب إلى أبعد من ذلك بقوله: "أن المسؤولية الاجتماعية هي الدرجة التي يؤدي بها مسيرو المؤسسة أنشطتهم نحو حماية المجتمع بعيدا عن السعي لتحقيق المنافع الفنية والاقتصادية المباشرة للمؤسسة"¹.
- وأشار (Strier) إلى كون المسؤولية الاجتماعية تمثل لتوقعات المجتمع بمبادرات منظمات الأعمال في مجال المسؤولية التي تتحملها الأعمال تجاه المجتمع وبما يتجاوز الحد الأدنى من الإذعان للقانون وبصورة لا تضر بقيام منظمة الأعمال بوظائفها الأساسية للحصول على عائد مناسب من استثماراتها².
- ولو رجعنا إلى الأبحاث الرائدة لـ (Carroll) في هذا المجال لحد أنه قد أوضح بأن المسؤولية الاجتماعية مفهوم يشتمل على أربعة جوانب رئيسية: الأول يتمثل بالمسؤولية الاقتصادية والثاني بالمسؤولية القانونية والثالث بالمسؤولية الخيرية والرابع بالمسؤولية الأخلاقية³.

من خلال ما تقدم نلاحظ أن هذه التعاريف تشترك في ذكر مجموعة من الخصائص المميزة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية مثل كونها ممارسة طوعية وليست إجبارية، وكذا الاهتمام بفئات معينة وهم العاملون والمجتمع والبيئة، كما ربطها البعض بقيام منظمة الأعمال بمجموعة النشاطات الاجتماعية وكذا دورها في تحقيق التنمية، غير أن هذه التعاريف لم تحدد بدقة من هم أصحاب المصلحة المستفيدين من برامج المسؤولية الاجتماعية، ويلاحظ كذلك أن التعريفات لها مجموعة من الخصائص لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، مثل كونها ممارسة تطوعية وغير إلزامية، والاهتمام ببعض الفئات، وهي العمال والمجتمع والبيئة.

2-تعريف المسؤولية الاجتماعية من منظور الهيئات والمنظمات الدولية:

سننظر في التعاريف المقدمة من أهم الهيئات والمنظمات الدولية والتي كانت كما يلي:

¹ محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبنى منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لأراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية والمالية، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2008، ص 25.

² فؤاد محمد حسين الحمدي، الآثار التسويقية المترتبة على تبنى المنظمات الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تحليلية لأراء المدراء العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية، مجلة جامعة ذمار للدراسات والبحوث، اليمن، العدد 12، ماي 2010، ص 190.

³ Archie B. CARROLL, **The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders**, Business horizons, 1991, Vol 34, No 4, p 42.

- مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة: عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل¹.
- المنظمة العالمية للمعايير (ISO): مسؤولية المؤسسة اتجاه تأثيرات قراراتها وأنشطتها في المجتمع والبيئة، وذلك من خلال سلوك شفاف وأخلاقي من شأنه المساهمة في التنمية المستدامة ورحاء المجتمع والأخذ في الاعتبار توقعات الأطراف المعنية، و التماسي مع القوانين المطبقة ومعايير السلوك الدولية، والتكامل بين المؤسسة وممارساتها المختلفة من خلال العلاقة بينها².
- البنك الدولي: عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها: "الالتزام بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، وذلك من خلال التعاون مع العاملين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشتهم بأسلوب مفيد لنشاط المؤسسات وللتنمية الاقتصادية في آن واحد"³.
- الاتحاد الأوروبي: عرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم المؤسسات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي⁴.
- منظمة العمل الدولية: يقصد بالمسؤولية الاجتماعية المبادرات الطوعية التي تقوم بها المؤسسات علاوة على ما عليها من التزامات قانونية وهي طريقة تستطيع أن تنظر بها أية مؤسسة في تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة المعنيين، وتعد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تكملة للوائح الحكومية وليست بديلاً عنها⁵.
- غرفة التجارة الدولية: المسؤولية الاجتماعية تعني التزام مؤسسات الأعمال الطوعي بإدارة أنشطتها على نحو مسؤول⁶.

¹ بكر ربحان، المسؤولية الاجتماعية المصارف الإسلامية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية الأردن، المجلد 83، العدد 02، جوان 2012، ص 16.

² Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée, **La responsabilité sociale d'entreprise**, La Découverte, 2010, Paris, p23.

³ World Bank, **Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and central Asia**, working paper, 2005, p 16.

⁴ Commission of the European Communities, **Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility**, green paper, Brussels, Belgium, 2001, p 28.

⁵ بكر ربحان، المرجع نفسه، ص 17.

⁶ صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (من الألف إلى الياء)، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2015، ص

- منظمة العفو الدولية: يقصد بالمسؤولية الاجتماعية بمسؤولية المؤسسة عن أثر أنشطتها في حقوق الإنسان، وتعتبر هذه المنظمة أن من مسؤولية المؤسسات مراعاة أثر جميع جوانب عملياتها في حقوق الإنسان ومنع انتهاكات حقوق الإنسان ضمن مجال نفوذها وفي عملياتها، وكذلك استخدام نفوذها المشروع لدعم حقوق الإنسان في جميع البلدان التي تعمل فيها¹.
 - المنتدى الدولي لقادة الأعمال: ذكر المنتدى أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي ممارسات الأعمال المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة وصممت هذه المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة إضافة إلى المساهمين².
 - المعهد العالمي للفكر الإسلامي: عرف المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام المنظمة بالمشاركة في عمل الصالحات عند ممارسة أنشطتها تجاه مختلف الأطراف التي لها علاقة بها نتيجة التكليف الذي ارتضته في ضوء مبادئ الشريعة الإسلامية بهدف النهوض بالمجتمع الإسلامي، مع مراعاة عناصر المرونة والاستطاعة والشمول والعدالة³.
 - معهد الأمم المتحدة للبحوث التنموية الاجتماعية: سعى هذا المعهد لتوضيح معنى المسؤولية الاجتماعية بالاستشهاد بعدد من المختصين حيث عرفها بأنها السلوك الأخلاقي لشركة ما تجاه المجتمع وتشمل سلوك الإدارة المسؤول في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال وليس مجرد حاملي الأسهم⁴.
- الملاحظ أن معظم التعاريف التي وردت من طرف الهيئات والمنظمات الدولية أجمعت على أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات هي مراعاة الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في إدارتها، وفي إدارة علاقاتها مع أصحاب المصالح، والغاية من ذلك هو إشباع رغباتهم وبالتالي يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال لا تختلف عن الأهداف الأساسية للتنمية المستدامة.

¹ فال المغربي، ياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، سبتمبر 2008، ص 22.

² بودي عبد القادر، بن سفيان زهرة، المسؤولية الاجتماعية للمقاول ومؤسسته الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة، المؤتمر الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، الجزائر، جامعة بشار، 2012، ص 04.

³ فال المغربي، المرجع نفسه، ص 23.

⁴ صالح الحموري، رولا المعاينة، مرجع سابق، ص ص 18-19.

2-تعريف المسؤولية الاجتماعية من المنظور الإسلامي:

نظرة الإسلام للمسؤولية الاجتماعية قد تختلف عن النظرة الغربية لها إذ تربط هذه الأخيرة نشاط المسؤولية الاجتماعية بمدى تحقيق المؤسسة للربح، لاسيما التيارات الكلاسيكية أو المكاسب المادية والمعنوية بشكل عام، فمع مرور الزمن وتغيرات الظروف هذبت الأفكار والمبادئ التي تقوم عليها الرأسمالية وأصبحت تعنى نوعا ما بالجانب الاجتماعي ولوكان ذلك بدافع البحث عن استمرارية العوائد المادية واللامادية للممارسات الاقتصادية، بينما الفقه الإسلامي يراها نوع من التعاون والتكامل الاجتماعي بين المؤسسة والمجتمع فيستوجب على المؤسسة العمل على تطوير وتنمية المجتمع وتأتي مصلحة العامة في مقدمة الأولويات¹.

حيث تشير الكثير من النصوص القرآنية والأحاديث النبوية الى أن الاسلام يثمن العمل الخيري والمسؤولية الاجتماعية ابتغاء مرضاة الله وليس لأي غرض دنيوي، فضلا عما يمكن أن يناله المتطوع في الحياة من البركة والسعادة الروحية والتي لا يمكن تقديرها بثمن، كما أن عمل الخير وإشاعته من المقاصد الشرعية التي تم حصرها في خمس وهي: (حفظ الدين، والنفس، والنسل، والعقل، والمال)، فحقوق المسلم كلها مسؤولية اجتماعية، فإذا كان الفرد مطالبًا بمسؤولية اجتماعية فمن باب أولى أن يكون ذلك مطلوبًا على مستوى الجماعات والمنظمات².

فالإسلام دين الرحمة دعا الى التراحم وجعل الرحمة من دلائل كمال الايمان، فالمسلم الحق يسع الناس بعطفه الوفير، إذ يرحم الضعيف ويواسي الحزين ويغيث الملهوف ويعطي المعدم، فعن ابن مسعود رضي الله عنه عن رسول الله عليه الصلاة والسلام أنه قال: " لن تؤمنوا حتى تراحموا قالوا: يا رسول الله كلنا رحيم، قال انه ليس برحمة أحدكم صاحبه ولكنها رحمة العامة"³.

فمن ذلك نجد أن الرحمة هي الدافع الأساسي للمسؤولية الاجتماعية، فالمليادين التي تطرقها المسؤولية الاجتماعية انما تحركها الرحمة وحب الانسان لأخيه الانسان، حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية من المبادئ التي يتطلع المجتمع الى ان تؤديها كل منظماته بأن يكون لها دورا رئيسيا في تحقيقها لمواجهة المشكلات الاجتماعية التي زاد تفاقمها وتأثيرها في العالم، وأبرز هذه المشكلات ازدياد معدلات الفقر والبطالة والمرض وتلوث البيئة، وينتظر من

¹ بودي عبد القادر، بن سفيان زهرة، مرجع سابق، ص 08.

² هيبية مقدم، المسؤولية الاجتماعية من منظور الاقتصاد الإسلامي، الملتقى الدولي الأول: الاقتصاد الإسلامي الواقع ورهانات المستقبل، 2011، جامعة غرداية، الجزائر، ص08.

³ رواه ابن ماجه وصححه الألباني.

المنظمات القيام بهذا الدور خصوصا بعد أن فتحت الحكومات المجال واسعا للقطاع الخاص في مجال المسؤولية الاجتماعية إيمانا منها بأهمية دوره في التنمية، كما أن ذلك يعد نوعا من رد الجميل من القطاع الخاص للمجتمع الذي فتح له الأبواب واسعة لممارسة نشاطه وجني الأرباح¹.

عرفها الشافعي بأنها: " الاستعداد الفطري الذي جبل الله تعالى عليه الإنسان ليصلح للقيام برعاية من كلفه الله به من أمور تتعلق بدينه ودينه، فإن وفى ما عليه من الرعاية حصل له الثواب وإن كان غير ذلك حصل له العقاب"².

تحدد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في الإسلام من خلال ثلاث جوانب أساسية وهي³:

- مسؤولية الفرد اتجاه نفسه.
- مسؤولية المجتمع عن بعضه البعض.
- مسؤولية الدولة عن الفرد والمجتمع.

دون أن ننسى أعظم جانب وهو مسؤولية الفرد اتجاه ربه وهي بحسن عبادته ورعاية ما أستخلف فيه؛ وهناك من يضيف البعد الخامس وهي مسؤولية الفرد اتجاه الأشياء بالاستغلال الأمثل لها والحفاظ عليها.

لقد ظهرت بعض النماذج المفسرة للمسؤولية الاجتماعية من منظور إسلامي، منها نموذج وضعه الباحث جواد أخطر محمد، ويرتكز هذا النموذج على الأصول الأخلاقية الأربعة في الإسلام، التوحيد، العدل، المسؤولية، والاختيار، والتي تنبثق منها فروع النظام الأخلاقي الإسلامي⁴.

¹ سمية دربال، دوافع وأسس تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية من منظور الاقتصاد الإسلامي، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد08، 2018، ص07.

² وهيبه مقدم، المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور الاقتصاد الإسلامي، ضمن فعاليات الملتقى الدولي الأول: الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات المستقبل، جامعة غرداية، 2010، ص07.

³ إبراهيم العسل، التنمية في الإسلام: مفاهيم، منهاج وتطبيقات، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت 1996، ص75.

⁴ Jawed Akhtar Mohamed, **Corporate social responsibility in Islam, thesis submitted to Auckland University of technology in fulfillment of philosophy**, faculty of business, New Zealand, 2007, p 15.

وكما نشير في الأخير إلى أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية متأصلة في الإسلام من خلال آيات قرآنية وأحاديث شريفة وقواعد فقهية وأدائها واجب ديني وفضيلة إسلامية تؤدي استجابة لأمر الله عز وجل ولأمر رسوله صلى الله عليه وسلم، وتتجسد أسمى معاني المسؤولية الاجتماعية في الإسلام من خلال مبدأ التكافل الاجتماعي في الإسلام.

وبالنظر إلى مجمل التعاريف السابقة يمكن القول بأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية لم يعرف بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسؤولية في جوهرها أدبية ومعنوية أي أنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعة الطوعية الاختيارية.

ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات بحسب طبيعة البيئة المحيطة ونطاق نشاط الشركة وأشكالها، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية، وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة الديناميكية والواقعية وتتصف بالتطور المستمر كي تتلاءم بسرعة وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

وخلاصة القول، يبدو لنا من خلال ما طرح من أفكار سابقة حول المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، أن هذه المسؤولية هي المساهمة العقلانية القائمة على المبادرة المخططة من منظمات الأعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة، آخذة بعين الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسدة إياها بصور عديدة، حيث تبنى هذه المساهمة على قوة العلاقة بين منظمات الأعمال والمجتمع بما يحقق الترابط المتوازن بين توقعات المجتمع من جانب وخطط وبرامج منظمات الأعمال للبقاء والاستقرار والنمو من جانب آخر.

إضافة إلى خلاصة المفهوم الوضعي للمسؤولية الاجتماعية الخاصة يتبين أنها من المنظور الشرعي إلزام تعبدي ديني أخلاقي تنموي طوعي يأخذ مظاهر عدة تصب كلها في خدمة البشرية جمعاء وتعمل على إفشاء العمل الطيب الصالح.

المطلب الثاني: أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات

يتفق العديد من الباحثين على أن التحديات الرئيسية لمنظمات الأعمال هي فهم المسؤولية الاجتماعية من خلال تحديد أكثر دقة للأبعاد والعناصر المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بصفة عامة.

الفرع الأول: أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

يختلف الباحثون في تسمية الأبعاد ولم يختلفوا في مضمونها وجوهرها، فالبعض ومنهم (William and Ferrell) أشار إلى أربعة أبعاد رئيسية هي¹:

- **البعد الانساني:** أي أن تعمل منظمة الأعمال في الإسهام بتوزيع موارد المجتمع وتحسين نوعية الحياة.
- **البعد القانوني:** تلتزم منظمة الأعمال بموجبها بإطاعة القوانين وعدم الإخلال به من خلال عدم قبول الأعمال غير المشروعة، وعلى أساس ذلك تكسب ثقة المستهلكين.
- **البعد الاقتصادي:** تتمثل بسعي منظمة الأعمال لتكون أعمالها مجدية اقتصاديا ونافعة وتزيد من قيمة منظمة الأعمال ماديا ومعنويا.
- **البعد الاخلاقي:** اعتماد أنشطة منظمة الأعمال على مراعاة القيم الأخلاقية والالتزام بالأعمال الصحيحة وابتعادها عن إلحاق الضرر بالآخرين.

أما جريفن (Griffin) فصنف الأبعاد إلى²:

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه الأطراف ذات المصلحة:** إن واحد من المجالات المهمة التي تمارس فيها منظمات الأعمال دورا اجتماعيا هو محور أصحاب المصالح.
- **المسؤولية اتجاه الطبيعة:** حيث قامت الكثير من الدول بإصدار العديد من التشريعات والقوانين التنظيمية لعملية التخلص من النفايات وإلزام العديد من الصناعات بتوفير الصناعات التي لا تحدث ضررا بالبيئة³، ويمكن لقيادات منظمات الأعمال أن تأخذ بعين الاعتبار العناصر التالية المتعلقة بالبيئة:

¹ Pride, M., William and Ferrell, C.O, **Marketing concepts and strategies**, Ninth Edition, Houghton, Mifflin company, Boston, 1997, P 65.

² صالح العامري، طاهر الغالي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2010، ص 92.

³ احمد سامي عدلي، ابراهيم القاضي، "المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر شركات مساهمة"، جامعة اسيوط، مصر، 2010، ص

- الأفراد العاملون في المنظمة: أن يكونوا واعين إلى أهمية العمل في بيئة صحية والموازنة بين حياتهم العائلية والعمل.

- المجتمعات المحلية: أن يوجد الإدراك بأن أداء منظمات الأعمال سيكون أفضل عندما تعمل في مجتمعات تقدر الصحة والنظافة.

- البيئة الطبيعية: كلما عاملت البيئة الطبيعية باحترام وتنمية كلما كان ربحها وعوائدها أكثر.

- المدى البعيد: يجب أن يكون الاهتمام بالبيئة الطبيعية هدفا بعيد المدى ومستمرًا.

- السمعة الحسنة: أن سمعة منظمة الأعمال الحسنة في مجال حماية البيئة وصيانتها له مردودات مستقبلية بل هو استثمار مستقبلي.¹

• المسؤولية الاجتماعية تجاه الرفاهية العامة للمجتمع: ويشمل هذا البند المساهمة في بناء المدارس وأماكن العبادة ودعم منظمات الأعمال الخيرية والمتاحف والمساهمة في تطوير الصحة العامة والتعليم.²

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت (Carroll) كارول يشير إلى جوهرها بأربعة أبعاد رئيسية هي:

• الاقتصادي (Economic).

• الأخلاقي (Ethical).

• القانوني (Legal).

• الخيري (Philanthropy).

وفي إطار ذلك طور مصفوفة يبين فيها هذه الأبعاد الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة، ولغرض فهم هذه المكونات الأربعة للمسؤولية الاجتماعية التي قدمها (Carroll) كارول فإننا نجد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات تلبية حاجات المجتمع وخاصة في إطار الإبعاد الاقتصادية والقانونية حيث تمثل هذه الأبعاد مطالب أساسية للمجتمع يجب تلبيتها من قبل منظمات الأعمال، في حين يتوقع المجتمع من الأعمال أن تلعب دورا أكبر في ما يخص البعد الأخلاقي والخيري علما بان هذا الأخير يمثل في

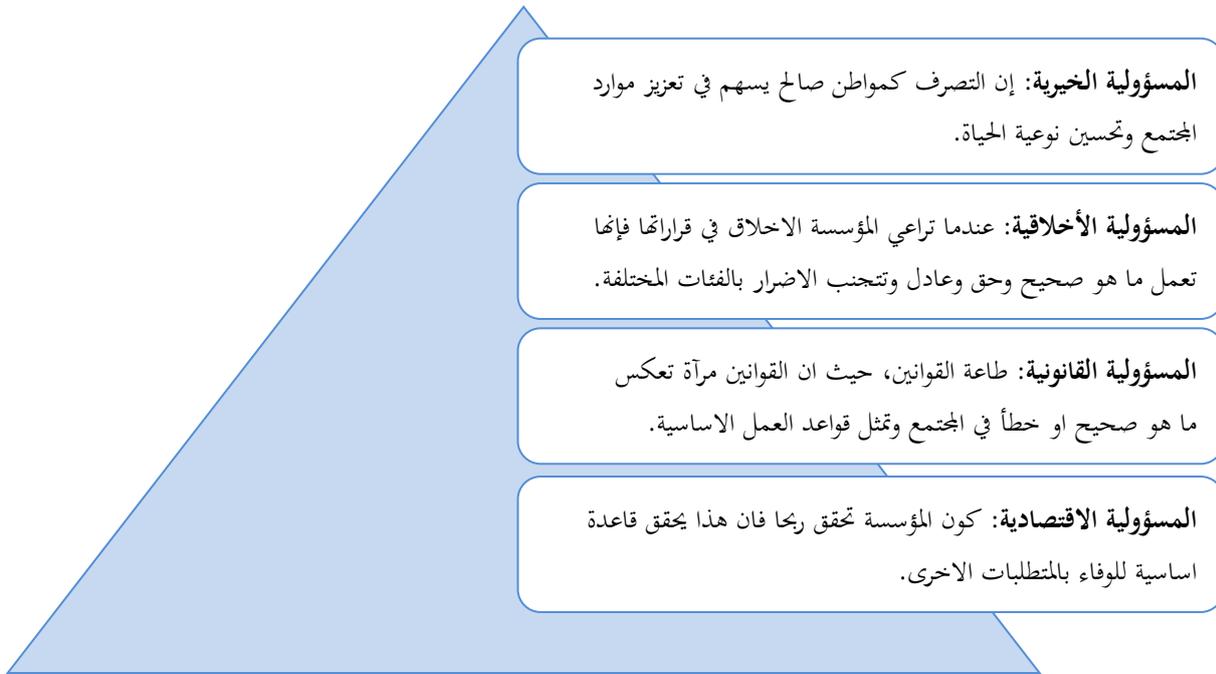
¹ صالح العامري، طاهر الغالي، المرجع نفسه، ص 93.

² احمد سامي عدلي، ابراهيم القاضي، مرجع سابق، ص 12.

حقيقته رغبات مشروعة للمجتمع يفضل أن تتبناها منظمات الأعمال المختلفة، والملاحظ أن (Carroll) وظف هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضيح الترابط بينها من جانب ومن جانب آخر فان استناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية، فلا يمكن أن تتوقع من مؤسسات مبادرات خيرية ومسؤولية إجتماعية إذا لم تكن تلك المنظمات قد قطعت شوطا في إطار تحملها لمسؤوليتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية تجاه المجتمعات التي تعمل فيها¹.

والشكل أدناه يوضح هرم (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية.

الشكل (1-2) هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية



Source: Archie B.Carroll, The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, Business Horizons, Volume 34, Issue 4, July–August 1991, P42.

من خلال الشكل (1-2) والذي يمثل هرم المسؤولية الذي وضعه الباحث (كارول) حيث نلاحظ بأنه وضع الأبعاد على شكل هرمي متسلسل، ويتضح لنا كذلك بأنه قد وضع المسؤولية الاقتصادية كأساس للهرم وذلك باعتبار أن منظمات الأعمال تحقق أرباح، كون الربح هدف أساسي لوجود منظمة الأعمال وبالتالي ومن باب

¹ صالح العامري، طاهر الغالي، المسؤولية الاجتماعية.. مرجع سابق، ص ص 81-83.

الوفاء لبعض متطلبات المجتمع التي تعمل في نطاقه، تخصيص جزء حتى وإن كان بسيطاً من تلك الأرباح للمساهمة في مجمل أنشطة المسؤولية الاجتماعية، كذلك قام بوضع المسؤولية القانونية والمسؤولية الأخلاقية ضمن تركيبة الهرم ليختتم رأس الهرم بالمسؤولية الخيرية وبالتالي يوضح فكرة أساسية مفادها، بأن ما إذا توفرت قاعدة أساسية في الهرم ثم اجتمعت بالمسؤولية القانونية والأخلاقية فإنه بالتالي سوف تعمل منظمة الأعمال على تفعيل العناصر السابقة للقيام بمسؤوليتها الاجتماعية والخيرية بشكل يساهم في تعزيز التنمية المستدامة، نتيجة لذلك فيمكن أن نلخص تصور الباحث (كارول) والذي يرى بضرورة تدرج منظمات الأعمال عبر أبعاد المسؤولية الاجتماعية بداية من القاعدة الأساسية للهرم ممثلة في المسؤولية الاقتصادية مروراً بالمسؤولية القانونية والأخلاقية وبالتالي الترويج بالمسؤولية الخيرية والتي تعتبر تحصيل حاصل نتيجة للاقتناع المتراكم بمكونات المسؤولية الاجتماعية الشاملة.

وفيما يلي سنقدم شرحاً لأبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب الباحث (Carrol 1991):

1- البعد الاقتصادي: Economic dimension

إن هذا البعد يشير إلى عدم ربط المنظمة بممارستها المسؤولية الاجتماعية بعوامل الربح والخسارة أو الشهرة أو أهداف أخرى، بل تلتزم المنظمة بممارسات أخلاقية داخل المنظمات قبل الحوكمة المؤسسية الجيدة التي تصب في مصلحة المنظمة وتسهل عملية المراقبة الفعالة وبالتالي تساعد المنظمة على استغلال مواردها بكفاءة وعدم تركيز السلطة بيد فرد أو مجموعة واحدة داخل المنظمة ومنع الرشوة والفساد والاستثمار الأخلاقي، وحماية مصالح المستهلكين في جانب التسويق العادل وحماية الصحة وسلامة المستهلك وسلامة السلع والخدمات التي تقدمها، وأن تتعامل بشفافية عند دراسة شكاوي المستهلكين وإيجاد حلول لمثل هذه الشكاوي¹.

وباعتبار المنظمة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع تعمل على تحقيق الأرباح وزيادة العائد على الاستثمار للمساهمين في المنظمة، بالإضافة إلى مسؤوليتها في توفير أجواء العمل المناسبة وحماية العاملين من أخطار العمل مع ضمان حقهم في العمل².

¹ مناور فريح حداد، دور المسؤولية الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، الملتقى العلمي الدولي الثاني حول المؤسسة بين الضرورة الاقتصادية والحتمية البيئية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الصديق بن يحيى بجيجل، 2017، ص 11.

² جميلة العمري، محمد زرقون، دور الأطراف الخارجية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة وكالات شركات التأمين في ولاية ورقلة، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 08، 2015، ص 205.

تقتضي المسؤولية الاقتصادية من المنظمة إنتاج سلع وخدمات يحتاجها المستهلكون وينتظرونها، مع الأخذ بعين الاعتبار الاستفادة العادلة والمنطقية أثناء هذه العملية¹.

2- البعد القانوني: Légal dimension

يتمثل هذا البعد في التزام منظمات الأعمال بالقوانين والتشريعات واللوائح التي تسنها الحكومة أو المجتمع، والتي تعتبر بمثابة ضمان لحماية المستهلك، كعدم الانحياز بالمواد الضارة على اختلاف أنواعه، وحمايته من المنتجات المقلدة، واحترام الجانب البيئي بمنع تلوث البيئة والتخلص من المنتجات بعد استهلاكها ومنع الاستخدام التعسفي للموارد مع صيانتها وتنميتها مع عدم التمييز العنصري في تقديم الخدمات والمنتجات وتحقيق السلامة والعدل ومنع عمالة الأطفال الصغار وضمان تقاعد جيد للعمال وخطط الضمان الاجتماعي والتشغيل غير القانوني للمهاجرين واستغلالهم².

يؤكد هذا البعد على أن أنشطة المنظمات يجب أن تحقق رؤيتها ورسالتها الاقتصادية وفقا للقواعد والتشريعات القانونية التي تحددها الجهات المختصة، وتمثل أهمية هذا البعد في أنها تعكس التزام المنظمة بالقوانين المقررة وكذلك الالتزام بما يحقق توطين المنظمة فلا معنى لأن تبني المنظمة دورا اجتماعيا وهي تخترق القوانين والتشريعات ولا تستطيع تقديم الخدمات الضرورية للمجتمع³.

كما يتمثل هذا البعد في تقييد إدارات التسويق بالقوانين واللوائح والانظمة والتشريعات مع ضمان الالتزام بالسلوك المقبول رسميا واجتماعيا، وأن تكون مخرجاتها غير ضارة بالمجتمع والبيئة، فضلا عن حماية المنظمات من بعضها البعض من جراء المنافسة غير الشريفة⁴.

ففي المسؤولية القانونية يحدد المجتمع القوانين والقواعد التي في اطارها تحقق المنظمة عملياتها أي انه ينتظر منها أن تنجز مهماتها الاقتصادية في احترام هذا الإطار القانوني⁵.

¹ نؤند القادري عيسى، الاستثمار في الإعلام وتحديات المسؤولية الاجتماعية (النموذج اللبناني)، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2013، ص 182.

² تامر ياسر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 149.

³ حسن عاطف حسن أبوناصر، أثر إدراك الدعم التنظيمي في تحقيق إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية الشاملة في المصارف (دراسة ميدانية)، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور بالجلفة، السنة التاسعة، العدد 26، 2017، ص 10.

⁴ مصطفى يوسف كافي، فلسفة التسويق الأخضر، المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014، ص 288.

⁵ نؤند القادري، مرجع سابق، ص 182.

3- البعد الأخلاقي : Ethical Dimension

إنه من المناسب أن يكون اتخاذ القرارات والإجراءات لها أسس أخلاقية وان المسؤولية الاجتماعية تعني الالتزام بالمطالبات الموضوعية حول ما ينبغي فعله من اجل العاملين بعضهم البعض على أساس واجبهم وأن تكون قادر على الاعتراف بما يضمن تمكين العاملين لصنعهم القرارات، فضلا عن أن هناك حالات لا يكون فيها الفرد حرا في التصرف بناء على مبدأ الموضوعية بسبب الإكراه أو ما شابه في ظل الظروف الاجتماعية والبيئية المحيطة¹.

يمثل هذا البعد السلوك المقبول الذي تم إقراره من قبل المستهلكين والمستثمرين، عامة المجتمع والمنظمات ذاتها والتي هي بمثابة أعراف وتقاليد وقيم متوازنة ومتجددة بذات الوقت، تعمل جنب إلى جنب مع البعد القانوني في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية، لذا لا بد من مراعاة المعايير الأخلاقية والضوابط التي تستند إليها لتحديد الخطأ من الصواب في الجانب الاستهلاكي ومبدأ تكافؤ الفرص على التوظيف ومراعاة الأعراف والقيم الاجتماعية من عادات وتقاليد ومكافحة المخدرات والممارسات غير الأخلاقية².

يمكن اعتبار المسؤولية الأخلاقية تلك الممارسات الممنوعة من المجتمع والتي قد لا تندرج ضمن القوانين، وبالتالي هي رد فعل إيجابي إتجاه كل ما هو ليس أخلاقي من طرف المنظمات إتجاه المجتمع.

4- البعد الخيري : Philanthropic Dimension

يرتبط هذا البعد بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع عن 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 أشكالها³.

فعلى سبيل المثال ومع نضج المجتمع الصناعي الياباني قامت المنظمات بتبني برامج اجتماعية توسعية، وتعد منظمة (Yakult Honsha) اليابانية خير مثال على المنظمات التي تتبنى هذا التوجه، إذ يعمل فيها 65000 عاملة تطلق عليهن تسمية سيدات (Yakult) ويقمن بتسليم الحليب إلى أبواب المنازل في أرجاء اليابان، وفي الوقت نفسه فإنهن يتفقدن الأفراد المسنين الذين يعيشون لوحدهم لمراعاة متطلباتهم، يتضح أن هذا المنظور يمثل سعي

¹ رافد حميد الحدراوي، مهند حميد العطوي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز ولاء الزبون -دراسة تحليلية لأراء عينة من زبائن مصرف الرافدين فرع الغري العراق، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 17، العدد 4، 2015، ص36.

² طاهر محسن الغالي، إدارة وإستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 9.

³ الخفاجي نعمة، الغالي طاهر محسن، نظرية المنظمة: مدخل للتصميم، دار البازوري العلمية لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 57.

المنظمات لتكون بمثابة مواطن صالح، حيث تكون المسؤولية الاجتماعية ابعدها مما هي عليه في المنظورات الثلاثة السابقة في الهرم لأنها تظهر التزاما تجاه الرفاه الاجتماعي على أساس طوعي¹.

إن المسؤولية الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموع هذه الأبعاد الأربعة ويمكن كتابتها في شكل معادلة:

$$\text{المسؤولية الاجتماعية الشاملة} = \text{المسؤولية الاقتصادية} + \text{المسؤولية القانونية} + \text{المسؤولية الأخلاقية} + \text{المسؤولية الخيرية}$$

وتجدر الإشارة إلى أن وجهات نظر الفئات ذات المصلحة الأساسية حول المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال وفق هذه المكونات الأربعة تتباين من ناحية ترتيبها وفق الأهمية التي تعكس مصلحتها فمثلا يركز المالكون بالدرجة الأولى على البعد الاقتصادي بشكل عام في حين يركز الزبائن على البعد الأخلاقي أولا أما العاملين فما يهمهم هو البعد القانوني بالدرجة الأولى ولكن المجتمع المحلي يعطي أهمية كبرى للبعد الخيري من المسؤولية.

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث (Carroll) يشير إليها بالأبعاد الأربعة السابقة، فهذه الأبعاد لها علاقة بمجموعة من الاطراف والتي سنراها في الجدول الموالي الذي يوضح أكثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه الأطراف المستفيدة².

¹ وليد حميد رشيد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، دار البيزوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 184.

² محمد شقراني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال (دراسة حالة)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة الجلفة، 2019، ص ص 42-43.

الجدول (1-1) ابعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية

العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية	البعد
المنافسة العادلة	- منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين.	الاقتصادي
	- احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين.	
التكنولوجيا	- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها.	القانوني
	- استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.	
قوانين حماية المستهلك	- عدم الاتجار بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها.	القانوني
	- حماية الأطفال صحياً وثقافياً.	
حماية البيئة	- حماية المستهلك من المواد المزورة والمزيفة.	القانوني
	- منع تلوث المياه والهواء والتربة.	
السلامة والعدالة	- التخلص من المنتجات بعد استهلاكها.	القانوني
	- منع الاستخدام التعسفي للموارد - صيانة الموارد وتنميتها.	
المعايير الأخلاقية	- منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين.	الأخلاقي
	- ظروف العمل ومنع عمل الأحداث وصغار السن.	
الأعراف والقيم الاجتماعية	- إصابات العمل.	الأخلاقي
	- التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي.	
نوعية الحياة	- عمل المرأة وظروفها الخاصة.	الأخلاقي
	- المهاجرين وتشغيل غير القانونيين - عمل ذوي الاحتياجات الخاصة.	
نوعية الحياة	- مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك.	الاقتصادي
	- مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف.	
نوعية الحياة	- مراعاة حقوق الإنسان.	الاقتصادي
	- احترام العادات والتقاليد.	
نوعية الحياة	- مكافحة المخدرات والممارسات اللاأخلاقية.	الاقتصادي
	- نوع التغذية.	
نوعية الحياة	- الملابس.	الاقتصادي
	- الخدمات - النقل العام	
نوعية الحياة	- الذوق العام.	الاقتصادي

المصدر: طاهر حسن الغالي وصالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2015، ص 82.

الفرع الثاني: عناصر المسؤولية الاجتماعية.

يرى بيرمان (Berman, 1997) ان عناصر المسؤولية الاجتماعية ستة وهي كالتالي¹:

1-وعي اجتماع سياسي.

2-احساس بالترابط الوثيق.

3-التصرف على اساس اخلاقي.

4-سلوك اجتماعي هادف.

5-تكمال الأفعال.

6-مشاركه فاعله.

الا ان عناصر المسؤولية الاجتماعية المتفق عليها في مجموعه واسعه من البحوث والدراسات هي ثلاثة، مترابطة ينمي كل منها الاخر ويدعمه ويقويه كما انها متكاملة لا يكفي احدهما ولا يغني احدهما عن الاخر وهي (الاهتمام، الفهم، المشاركة) وسنوضحها في الفروع التالية:

1- **الاهتمام:** يقصد به الارتباط العاطفي بالجماعة وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها وتكاملها

واستمرارها وتقدمها وتحقيق اهدافها، والحرص ارقى صور الاهتمام وله اربع مستويات هي²:

أ- الانفعال مع الجماعة: بصورة آلية حيث يساير الفرد حالتها الانفعالية بشكل لا ارادي وبدون اختيار او قصد او ادراك ذاتي.

ب- الانفعال بالجماعة: شعور ارادي حيث يدرك الفرد ذاته اثناء انفعاله مع الجماعة.

ت- التوحد مع الجماعة: شعور الفرد بالوحدة المصيرية معها بخيرها وشرها.

ث- تعقل الجماعة حيث تملأ الجماعة عقل الفرد وفكره وكيانه وتصبح موضوع نظره وتأمله ويوليها قدرا كبيرا من الاهتمام بحيث يدرسها ويحللها ويقارنها بغيرها.

¹ مدحت أبوالنصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات المواصفة القياسية ISO 26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2015، ص 36.

² صفاء طارق، نورجان عادل، قوة الذكاء الاجتماعي في تفعيل المسؤولية الاجتماعية ومفهوم الذات الاجتماعية، دار الكتب والوثائق القومية، العراق، الطبعة الأولى، 2013.

ويلاحظ في هذه المستويات السابقة وكما اوردت (غاده السيد) بأننا مازلنا عند المستوى العاطفي في ارتباط الفرد واهتمامه بالجماعة، الا اننا عندما ننتقل الى المستوى الرابع نبدأ في الدخول في مستوى يظهر فيه بوضوح الجانب العقلي او الفكري.

2- **الفهم:** ويتضمن فهم الفرد للجماعة والقوى النفسية المؤثرة في اعضائها وفهمه لدوافع السلوك الذي تنتهجه خدمة لأهدافها وايضا استيعابه للأسباب التي جعلته يتبنى موقفه، فالفهم الصحيح يدعم المشاركة من جانب الفرد في القيام بمسؤولياته وهو ايضا يشترط الالتزام بأخلاقيات المجتمع ومسايرة المعايير والاهتمامات الاجتماعية ومقاومه الضغوط، كما يشمل التقارب الفكري والمساهمة في المناقشة للوصول الى النقاط التي يجب الاعتماد عليها ومن ثم الى غاية الغاية التي تخدم المصلحة العامة، فالتفاعل العقلاني يجعلنا نواجه الازمات مواجهه مسؤولة وحين يكون استعدادنا لتحمل المسؤولية الاجتماعية معتمدا على القوى الذاتية (العقل والعاطفة والتكامل النفسي) يعطي ثماره جيدا.¹

اذا فالفهم كعنصر من عناصر المسؤولية الاجتماعية يقصد به فهم الفرد للجماعة وللمغزى الاجتماعي لسلوكه وينقسم الى قسمين²:

أ- **فهم الفرد للجماعة:** ماضيها وحاضرها ومعاييرها وادوارها المختلفة فيها، وعاداتها واتجاهاتها وقيمها ومدى تماسكها وتعاملها وتصور مستقبلها.

ب- **فهم الفرد للأهمية الاجتماعية لسلوكه:** اي مغزى واثار سلوكه الشخصي والاجتماعي على الجماعة فهذا العنصر فيه جوانب اختلافية، اذ لا يتحقق فهم الجماعة الا بصدق في السعي الى هذا الفهم الذي يعد عماد الفهم، صدق النظر، التحليل، التفسير للظواهر الاجتماعية المتمعن في احداثها، التبع بتأني لأطوارها وحالتها وأحوال الحاضر والماضي وادراك دور الذات في جماعتها ومرتببات هذا الدور.

3- **المشاركة:** ان المشاركة مسؤولية وهي الأرضية الأساسية لحياة اجتماعية مشرقة مستقرة، وتظهر المشاركة مكانة الفرد وقدرته على القيام بواجباته وتحمل مسؤولياته، فالمقصود هنا مشاركة الفرد في اعمال تساعد في تحقيق الهدف الاجتماعي، حين يكون مؤهلا اجتماعيا لذلك، أي أنها تقوم على اهتمام الفرد والفهم، والمشاركة، وتظهر قدرة

¹ منال محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2014، ص 33.

² صفاء طارق، نورجان عادل، مرجع سابق، ص ص 99-98.

الفرد ومكانته، لذا تحتاج المشاركة إلى الشجاعة، والحماس والعزم، فالشجاعة ضد العزلة والحماس، ويحثه إليها الاهتمام الذي يغذيه العزم، أي أن يكون الفرد واثقا مصمما على أن يفهم ويولد الاهتمام بالعمل الجماعي، ويشارك الجماعة بحماس وعزم، فهي التي تعطي للمشاركة حيوية وحرارة واقبال، وبها يكون الانسان جديرا بإنسانيته، ولها ثلاثة جوانب هي:

أ - **التقبل**: أي تقبل الفرد الدور أو الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها، والملاءمة، في إطار فهم كامل، بحيث يلي هذه الأدوار في المعايير المحددة لها.

ب - **التنفيذ**: أي السلوك الفعال الايجابي والعمل مع الجماعة مسائرا ومنجزا باهتمام وحرص ما تجمع عليها السلوك في حدود امكانيات الفرد وقدرته.

ت - **التقييم**: أي المشاركة التقييمية الناقدة المصححة الموجه.

وتلعب الثقافة دورا في مجال المشاركة الاجتماعية، فالثقافة هي همزة الوصل بين الفرد والواقع الاجتماعي، منها نتعلم أصول العلاقات الانسانية، و التعايش الانساني والاجتماعي السليم.¹

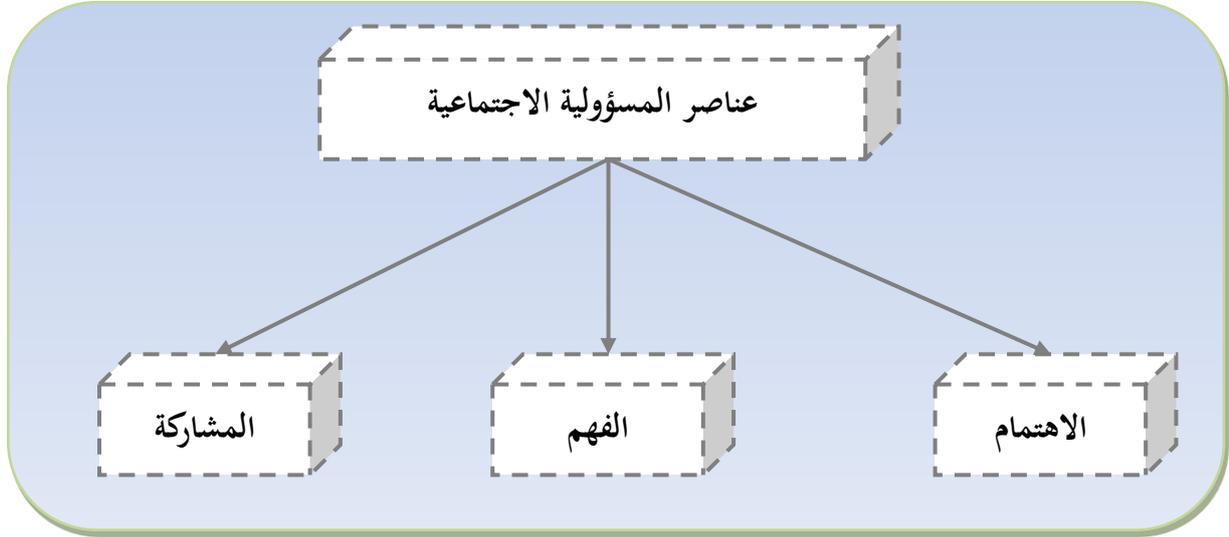
ومن ثم يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية هي دليل التفاعل والانتماء للجماعة والمجتمع بل وللوطن ككل، فعناصر المسؤولية الاجتماعية التي تبرز مدى الفهم والاهتمام أو المشاركة هي بمثابة انعكاس لاستجابة كافة الفئات الاجتماعية نحو التطلع لمستقبل أفضل عن طريق الاندماج الفعلي في العطاء والسعي لخدمة المجتمع بكافة الأشكال والطرق التي تخطو به خطوات تنموية نحو تحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي والثقافي... الخ، وتحدي كافة الظروف والضغوط العالمية والاقليمية والمحلية، والخروج من أية معوقات تعوق مسيرة التنمية التي يسعى لها أي مجتمع بكافة أفرادها وجماعته ومنظماتها في حالة من التوحد والمسؤولية التي تحتم عليه ذلك.²

¹ فاتن باشا، اتجاه القادة الاداريين نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات (دراسة حالة)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة بسكرة، 2017، ص 150-151.

² منال محمد عباس، مرجع سابق، ص 34.

والشكل (1-3) الموالي يوضح عناصر المسؤولية الاجتماعية كما يلي:

الشكل (1-3) عناصر المسؤولية الاجتماعية



المصدر: إعداد الطالب اعتماداً على الدراسات السابقة.

المطلب الثالث: النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات

سنستعرض في هذا المطلب اتجاهات عديدة من نظريات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، في محاولة لتحديد طبيعة العلاقة التي تركز عليها هاته النظريات في دراستها، حيث تباينت النظريات المفسرة للدور الاجتماعي لمنظمات الأعمال بين مختلف الباحثين وذلك في تفسير حدود العلاقة التي يجب أن تربط بين منظمات الأعمال والمجتمع كما تختلف الرؤى الإدارية في حصر نطاق المسؤولية الاجتماعية لهذه المنظمات، ومن أهم النظريات الممهدة للتأصيل العلمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية نذكر ما يلي:

1- النظرية النيوكلاسيكية " نموذج Shareholder":

تحصر النظرية النيوكلاسيكية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق المكسب المادي أي "لا شيء سوى أعلى الأرباح للمالكين"¹، ورائد هذه النظرية الاقتصادي الأمريكي Friedman Milton الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد والذي يشير الى أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية يكون من خلال القرارات الموجهة لتحسين المردودية والربحية لفائدة

¹ محمد شقراني، مرجع سابق، ص 50.

المساهمين وأن مبدأ تعظيم قيمة المساهم هو الهدف الاجتماعي المناسب لمنظمات الأعمال لأنه يعادل تعظيم الثروة الاجتماعية للمنظمة.¹

كما إنتقد Friedman Milton الأصوات الداعية الى دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات المنظمات مؤكداً أن المسيرين بهذه الطريقة يحطمون أسس المنظمة، فهو يرى أن عليهم فقط تعظيم قيمة الأرباح للمساهمين.²

2- نظرية الاقتصاد السياسي "Political Economy Theory":

ساعدت نظرية الاقتصاد السياسي الباحثين في تفسير العمليات الاجتماعية من السياق الاقتصادي والسياسي والاجتماعي.

ويمكن أن يفسر المنظور الحدائلي لنظرية الاقتصاد السياسي ممارسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، حيث يركز المنظور الحدائلي للنظرية على تفاعلات المجموعات من منظور تعددي جديد، على سبيل المثال المؤسسات والمستخدمين أو المستهلكين أو مجموعة الضغط.³

وقد استُخدم في العديد من الدراسات النموذج الحدائلي لنظرية الاقتصاد السياسي لشرح ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مثل غوثري وباركر سنة 1990، وويليامز سنة 1999.⁴

¹ بوحزام سيد أحمد، حملات بن عاشور، محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة ولاية معسكر، الملتقى الدولي الثاني عشر حول: "دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة -الواقع والرهانات-"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة شلف، 15/14 نوفمبر 2016، ص2.

² Ivana Rodić, **Responsabilité social des entreprises – le développement d'un cadre Européenne**, Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'Etude Européenne, Genève, avril 2007, P: 17.

³ATAUR Rahman Belal, **Corporate Social Responsibility Reporting in Developing Countries**, (Corporate social responsibility series) Ashgate Publishing Company, USA, 2008, pp: 13-14.

⁴ براق محمد، قمان مصطفى، أهم النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ورؤية الفكر الاقتصادي الإسلامي لها، الملتقى الدولي الثالث بعنوان: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار: 14-15 فيفري 2012، ص5.

3- نظرية الوكالة "théorie de l'agence":

ظهرت نظرية الوكالة بفضل مساهمة "Michael Jensen et Meckling William" اللذان يعتبران المنظمة سوق حرة وعقد العمل ما هو إلا عقد تجاري، والوكالة معناه أن شخصا يسند مصالحه لشخص آخر كما هو الحال بالنسبة للمنظمة عند قيام المساهمين بإسناد مهام التسيير إلى المدراء.¹

وتفسر هذه النظرية العلاقة بين المسيرين والمساهمين في إطار الحوكمة، كما يمكن أن تشمل هذه النظرية على مجموع أصحاب المصالح، حيث تستند مسؤولية المنظمة على المسيرين باعتبارهم وكلاء تربطهم علاقات تعاقدية مع فئات عديدة من الجهات الفاعلة: المساهمين، الدائنين، الزبائن، المستهلكين، الموردن، المجتمعات المحلية والمنظمات غير الحكومية... الخ، وحسب هذه النظرية فإن أصحاب المصالح لهم قدرة التأثير على القرارات الاستراتيجية للمسيرين.²

4- نظرية الشرعية "Legitimacy Theory":

تشير نظرية الشرعية إلى أن المؤسسات قد تحاول إضفاء الشرعية لتشريع نشاطاتها بنشر تقارير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، من أجل الحصول على موافقة ومساندة من المجتمع في دعم استمرار وجودها، وبالتالي تعتبر المسؤولية الاجتماعية "رخصة للعمل".³

وتعتبر النظرية أن إعداد تقارير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو عقد اجتماعي بين المؤسسة والمجتمع الذي تعمل فيه، يزودها بالشرعية القانونية لامتلاك واستعمال المصادر الطبيعية وإمكانية استئجار المستخدمين.

والعقد الاجتماعي مفاده أن أية مؤسسة إنما ترتبط بعلاقة تعاقدية قد تكون صريحة أو ضمنية مع المجتمع ويترتب على العلاقة التعاقدية بين المجتمع والمؤسسة أن تقوم المؤسسة بوظيفتين رئيسيتين هما:⁴

- وظيفة الإنتاج، والتي تتضمن تقديم منتجات أو خدمات نافعة ومرغوبة للمجتمع.

¹ بورحلة غلال، تحليل المنظمات، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 80.

² محمد شقراني، مرجع سابق، ص 51.

³ براق محمد، قمان مصطفى، مرجع سابق، ص 05.

⁴ محمد حامد نوافان، القياس المحاسبي لتكاليف أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في القوائم المالية الختامية، أطروحة دكتوراه في

المحاسبة، كلية الاقتصاد جامعة دمشق، سنة 2010، ص 28.

- وظيفة التوزيع، وهنا ليس توزيع المنتجات، بل توزيع العوائد والمكاسب الاقتصادية والاجتماعية على المجموعات المتواجدة في المجتمع بعدالة، والتي تشكل أصلا القاعدة التي تستمد منها المؤسسة مواردها.

ومنه، على المؤسسات أن تعمل بصورة متوازنة وعقلانية على استخدام موارد المجتمع بكفاءة عالية وتوزيعه على المجتمع بعدالة، وهذا من شأنه أن يعطي المؤسسة صورة أكثر قبولا لدى الأطراف المختلفة، لتجد نفسها في النهاية قادرة على البقاء والاستمرار، وذلك ليس فقط لأنها قادرة على تحقيق الأرباح، بل ولأنها وحدة اجتماعية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعها، وهذا يعني حتمًا التزامها بالعقد الاجتماعي نصًا ومضمونًا.¹

وبما أن الأعراف الاجتماعية ليست ثابتة، فهي تتغير بمرور الوقت الذي يستوجب حاجة المؤسسات إلى الاستجابة لتغيير التوقعات الاجتماعية من أجل أن ينظر إليها على أنها "شرعية".

ويمكن للمؤسسات اعتماد أربع استراتيجيات من أجل الحصول على الشرعية، وذلك من خلال السعي إلى:²

- إعلام الجهات المعنية حول الأداء الفعلي.

- تغيير تصورات أصحاب المصلحة دون تغيير التصرف الفعلي للمؤسسة.

- صرف الأنظار بعيدا عن أي مسألة مثيرة للقلق.

- تغيير التوقعات الخارجية حول الأداء.

5- نظرية أصحاب المصالح "Stakeholder Theory":

يعتبر (Freeman Edward) من أهم رواد نظرية أصحاب المصلحة، فهو يعرف صاحب المصلحة بأنه "كل فرد أو مجموعة من الأفراد بإمكانهم التأثير أو التأثير بتحقق المنظمة لأهدافها، وترجع أصول نظرية أصحاب المصلحة إلى التيار الفكري (الأعمال- المجتمع) الذي يعتبر أن منظمة الأعمال جزء من المجتمع"³، كما يمكن تعريف أصحاب المصلحة بأنهم "كل الأفراد الذين لهم منفعة من نشاط المنظمة".⁴

¹ محمد حامد نوافان، مرجع سابق، ص 29.

² Aatur Rahman Belal, **Op-cit**, 2008, p 17.

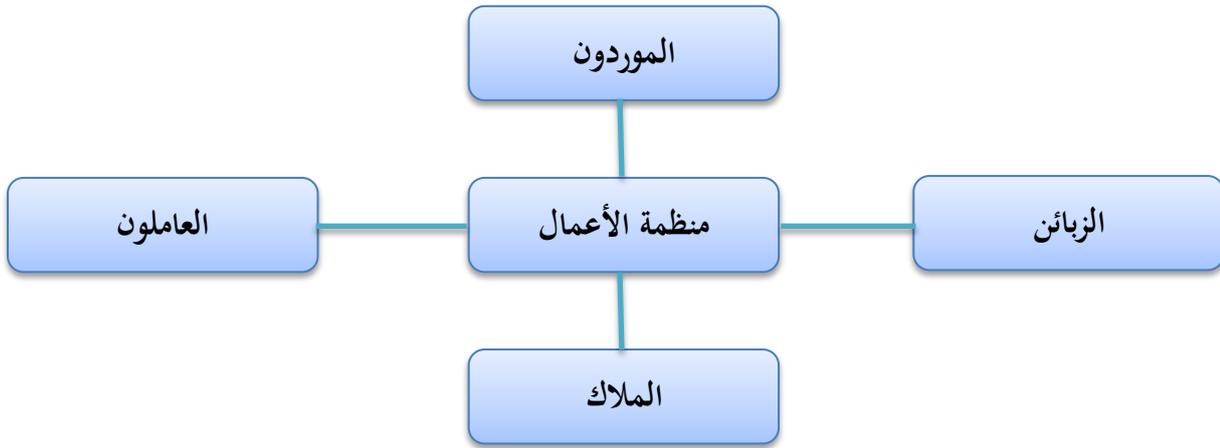
³ Bruno Boidin, Nicolas Postal et Sandrine Rousseau, **la responsabilité social des entreprises une perspective institutionnaliste**, presses universitaire du Septentrion, France, 2009, P: 99

⁴ Floriane bouyou, **Le management stratégique de la responsabilité sociale des entreprises**. Par Floriane. Thèse pour l'obtention du titre doctorat en Sciences de gestion, conservatoire national des arts et métiers, France, avril 2010, P P 53-54.

وتقسم هذه النظرية أصحاب المصلحة إلى نوعين:

أ- النوع الأول: هم أصحاب المصلحة الأساسيين، وهم الذين يرتبط بقاء المنظمة بإرضائهم ولهم عقد ظاهر معها وهم (حملة الأسهم والمستخدمون والمستهلكون والموردون)، وهم موضحون من خلال الشكل التالي:

الشكل (1-4) أصحاب المصلحة الأساسيين

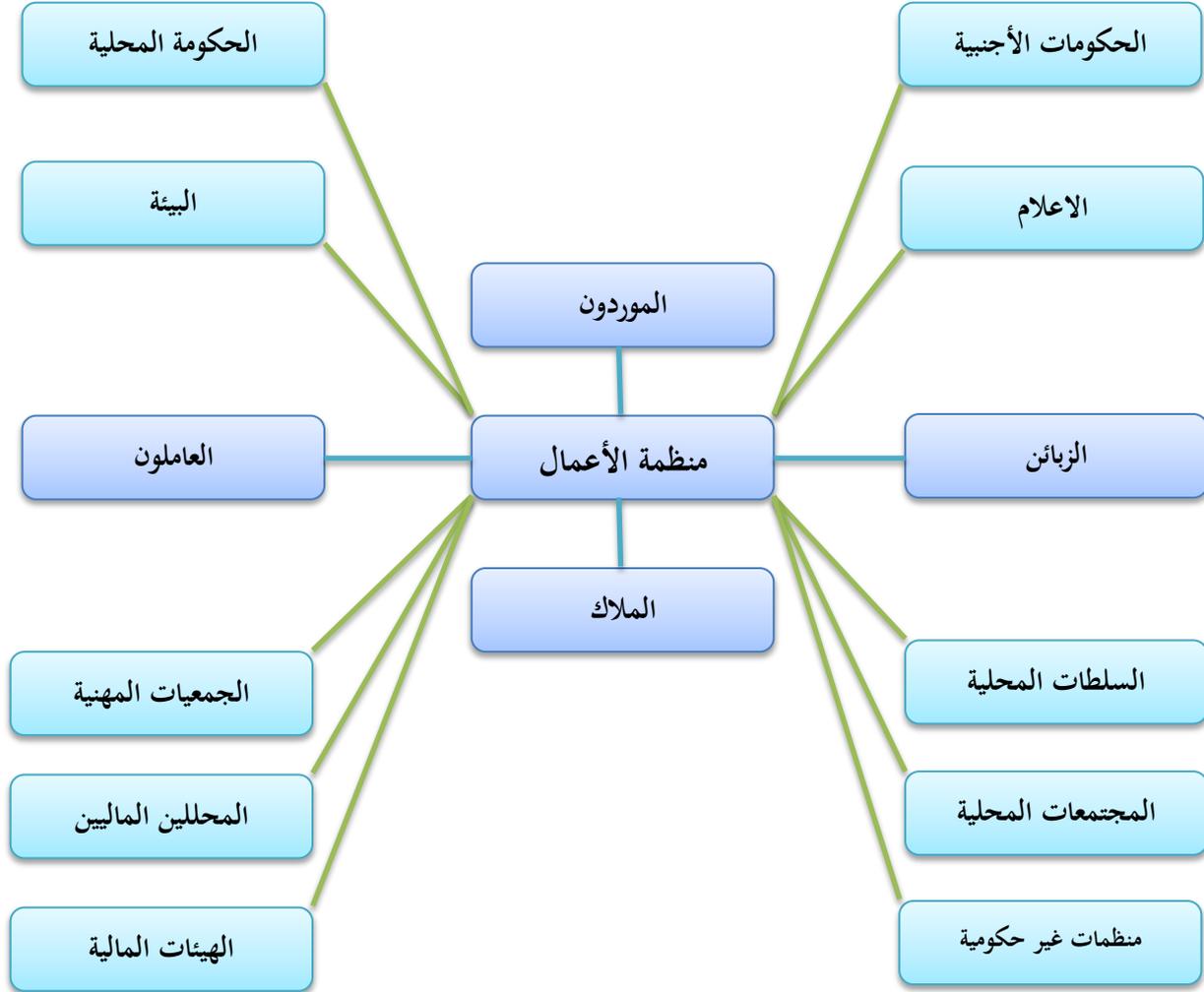


Source: Didier Gazal, RSE et parties prenantes: quels fondements conceptuels, Les cahiers de la recherche, contre lillois d'analyse et de recherche sur l'évolution des entreprises, mai 2005, P 5.

ب- النوع الثاني: فهم أصحاب المصلحة غير الأساسيين (الثانويين) فهم لا يؤثرون على استمرار المنظمة وبقائها بحكم أن لها علاقات طوعية على المنظمة في إطار غير قانوني كالسلطات المحلية والمنظمات غير الحكومية، غير أنهم يمارسون تأثيرا عليها أو يخضعون لتأثيرها عليهم بشكل غير مباشر، من دون أن يرتبطوا معها من خلال تعاملات أو علاقات دائمة منتظمة أو رسمية، وبخلاف أصحاب المصلحة الأساسيين فإنه لا يوجد إجماع من طرف كتاب الإدارة على تحديد أصحاب المصلحة الثانويين بدقة.

ويعرض الشكل الموالي مثالا عن أصحاب المصلحة الثانويين.

الشكل (1-5) أصحاب المصلحة الثانويين



Source: Didier Gazal, op.cit, p: 6

ويرى عدد من الباحثين أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي الوسيلة التي تستخدمها المؤسسات لإدارة وتنظيم علاقاتها بكامل المتعاملين معها، ساهمت نظرية أصحاب المصلحة بشكل بارز في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث منح مؤسسو نظرية أصحاب المصلحة الاطار النظري لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية.¹

كما اتفقوا على قضيتين رئيسيتين تشكل رؤيتهم للمسؤولية الاجتماعية فمن جهة لا يعتبر المساهمون المجموعة الوحيدة التي من اجلها يجب ان تحقق المنظمة الارباح فلا يجب ان يكون الربح والهدف الوحيد للمنظمة ومن جهة

¹ مقدم وهيبة، مرجع سابق، ص ص 78.

أخرى يجب التعامل مع أصحاب المصلحة بحسب ترتيب درجة السلطة لديهم وشرعيتهم وحاجتهم المستعجلة ومتطلباته.¹

وهذا التعامل يكون مبنيا على تصرفات الاجتماعية والأخلاقية المسؤولة، ويوضح الجدول الموالي بعض أصحاب المصلحة وتطلعاتهم التي تلتزم المنظمة المسؤولة اجتماعيا بأدائها:

الجدول (1-2) أصحاب المصلحة في المؤسسة وأهدافهم

الأهداف	صاحب المصلحة
الحاكمية، ثقافة المؤسسة، الاستراتيجية، الكفاءة والاداء...	الإدارة العليا
الربح، قيمة السهم في البورصة.	المساهمون
خصائص المنتج، نوعية الخدمة، ثقافة الزبون...	الزبائن
أمن المجتمع، السيادة، احترام القوانين، دفع الضرائب.	الحكومة
الآثار البيئية والاجتماعية، دفع الرسوم، المساهمة المالية...	المجتمع المحلي
الأجر، الأمن الوظيفي، ظروف العمل، الرضا الوظيفي...	العمال
سعر وحجم الشراء، الاستمرارية، الشراكة...	الموردون
أنظمة الدفع ومرونتها، إمكانية الاقراض.	البنوك
معلومات حول السيولة وقابلية السداد...	المستثمرون
مستوى التعاون مع المؤسسة في مجال التأمينات.	شركات التأمين

المصدر: مقدم وهبية، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة وهران، 2014، ص ص 78.

تُسند العديد من البحوث الحديثة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إلى نظرية أصحاب المصالح والتي تنص على أن الهدف الأساسي للمؤسسات يتمثل في توليد وتعظيم القيمة لجميع أصحاب المصالح من حملة أسهم أو شركاء، وموردين، وموزعين، وزبائن وأيضا العاملين وأسراهم، والبيئة المحيطة والمجتمع المحلي والمجتمع ككل، وتعد المسؤولية

¹ Moez Ben Yedder, F. Zaddem, **La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE), voie de conciliation ou terrain d'affrontements?**, Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail, vol 04, N° 01, 2009, p93.

الاجتماعية للمؤسسات أداة رئيسية للوصول إلى هذا الهدف من خلال تحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمجتمع الأعمال.¹

المطلب الرابع: المواصفة القياسية الدولية ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية

سنستعرض في هذا المطلب الى مواصفة الايزو 26000 الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية باعتبارها مواصفة قياسية ضرورية للمؤسسات التي تبتغي الانفتاح في مجال أعمالها، وهذه المواصفة تم وضعها من قبل المنظمة الدولية للتقييس كدليل ارشادي للمؤسسات في مجال تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: المنظمة الدولية للتقييس ISO

إن منظمة الدولية للتقييس (standardization for organization International) هي منظمة لا ربحية مقرها في جنيف تأسست عام 1947، ويشارك في عضويتها 163 هيئة مواصفات وطنية من مختلف الدول، وتقوم منظمة الايزو بإعداد المواصفات القياسية الاختيارية مما يضيف قيمة لمختلف أنواع الأعمال التجارية والمواصفات التي يتطلبها السوق من خلال الخبراء القادمين من القطاعات الصناعية والفنية والتجارية التي طلبت هذه المواصفات القياسية، وتمثل المواصفات التي تم نشرها تحت اسم (المواصفات القياسية الدولية، ISO) إجماعاً دولياً حول أحدث ما هو موجود في التكنولوجيا المعنية.

تتمثل ظروف عمل الايزو بشأن المسؤولية الاجتماعية في الإدراك العام بأن هذه المسؤولية الاجتماعية هي أمر جوهري في بقاء واستمرار أية منشأة، وقد تم التعبير عن هذا الإدراك في كلا من عامي 1992 عند انعقاد قمة الأرض الخاصة بالبيئة في ريوديجانيرو و 2002 عند انعقاد القمة العالمية الخاصة بالتنمية المستدامة في جنوب أفريقيا.²

¹ نحال المغريل وباسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل رقم 138، مصر، سبتمبر 2008، ص ص 03-04.

² الأيزو، المواصفة الدولية القياسية ايزو 26000 حول المسؤولية الاجتماعية، ص 2، www.iso.org.

ثانيا: تعريف المواصفة الدولية ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية

المواصفة القياسية بصفة عامة هي تلك الوثيقة والتي أعدت على أساس من الاتفاق، حيث تم اعتمادها بواسطة منظمة معترف بها من اجل تقديم قواعد وإرشادات تتعلق بأنشطة بهدف تحقيق مستوى أمثل للنظام في إطار معين.¹

تعتبر المواصفة إيزو 26000 إحدى أهم المواصفات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والتي قدمت مقترحها المنظمة العالمية للتقييس عام 2010، حيث كانت نتاج عمل دام أربع سنوات بعد احتجاج جمعيات حقوق المستهلك على ممارسات الشركات متعددة الجنسيات، خاصة ما يتعلق بشروط العمل، إذ بدأت المنظمة العالمية للتقييس على اثر ذلك، ومنذ عام 2001 بإعداد دراسات جدوى حول وضع معايير تعني بالمسؤولية الاجتماعية واستشارة وأراء العديد من الأطراف المعنية، بالإضافة إلى خبراء من أكثر من 80 دولة و 40 منظمة إقليمية منحرفة في أوجه مختلفة من المسؤولية الاجتماعية والأطراف المعنية الأخرى مثل (المستهلك، الحكومة، الصناعة، العمال، المنظمات غير حكومية، مؤسسات الخدمات والدعم والبحث) كمرحلة أولى، تلتها إنشاء مجموعة استشارية إستراتيجية مكونة من المهتمين بالموضوع لاستشارتهم في تكوين معيار عالمي للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال عام 2002 في المرحلة الثانية، لتقيس المجموعة بالمرحلة الثالثة مدى الاستفادة من وضع المعيار المطلوب ومدى خلقة قيمة مضافة على البرامج الموجودة عام 2003، وصولا إلى تقديم مقترح بالمعيار المعني عام 2004.²

تعرف المواصفة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية لـ ISO 26000 على أنها " مواصفة دولية تعطي إرشادات نحو المسؤولية الاجتماعية، ومن الواجب استخدامها من قبل جميع المؤسسات بشتى أنواعها في كلا القطاعين العام والخاص، في كل من الدول المتقدمة والنامية وتلك التي تمر بمرحلة انتقالية، وسوف تساعدهم في جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسؤول اجتماعيا والذي يتطلبه المجتمع بطريقة متزايدة".³

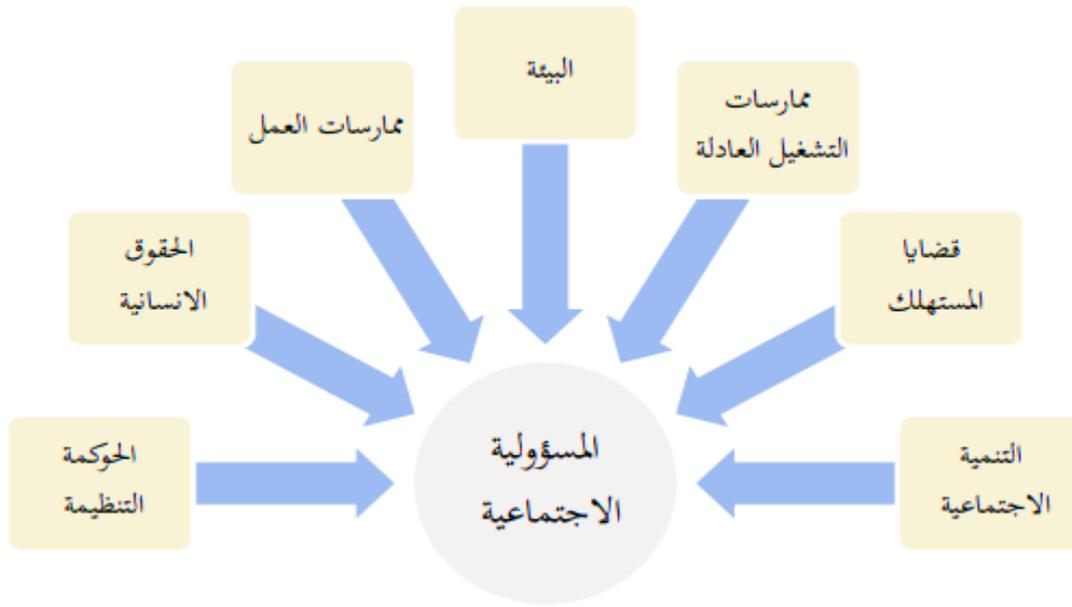
¹ وهبية مقدم، تحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الصناعية خلال تبني المواصفة ISO 26000، الملتقى الدولي الثالث حول المنظمات والمسؤولية الاجتماعية، 14-19 فيفري، جامعة بشار، الجزائر، 2012، ص 7.

² حدو سميرة أحلام، تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء سمعة منظمة الأعمال دراسة ميدانية للشركات العاملة في قطاع الاتصالات بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة شلف، 2017، ص 53.

³ Organisation internationale de normalisation, **Le projet ISO 26000 Tour d'horizon : ISO 26000 Responsabilité Sociétale**, Suisse, 2010, p 04.

كما حددت المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO سبعة مجالات تمثل القضايا أو الموضوعات الرئيسية للمواصفة القياسية ISO 26000 في المسؤولية الاجتماعية، والتي نلخصها في الشكل الآتي :

الشكل (1-6) مجالات الاهتمام للمواصفة القياسية ISO 26000



المصدر: مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المجموعة العربية للنشر، مصر، 2015، ص 93.

ثالثاً: أهداف المواصفة الدولية ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية

تهدف المواصفة إلى مساعدة المنظمة في تحقيق مسؤولياتها الاجتماعية وتقديم التوجيه العملي المتعلق بما يلي:¹

1. تفعيل المسؤولية الاجتماعية؛
2. التعرف على الأطراف المعنية والاشتراك معها؛
3. تعزيز مصداقية التقارير والادعاءات بشأن المسؤولية الاجتماعية؛
4. التأكيد على نتائج الأداء وتطويره؛
5. زيادة رضا وثقة الزبائن؛

¹ الحاج عرابة، جميلة العمري، واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، الملتقى الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم التنمية المستدامة - الواقع و الرهانات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 14-15 نوفمبر 2016، ص 5.

6. الترويج للمصطلحات المشتركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؛

7. التماشي مع المعاهدات والاتفاقيات إلى جانب مواصفات الإيزو الأخرى القائمة.

وتمثل المواصفة دليلاً إرشادياً لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وهي كذلك تهدف إلى دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن الخطط الاستراتيجية والأنظمة والممارسات والعمليات للمنظمات، والمنظمة الدولية للتقييس عند إعدادها للمواصفة فإنها ترجو منها تصور واقع وأداء المنظمات عند أخذها بمفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يمكن أن يؤثر على ميزتها التنافسية، وسمعتها، والقدرة على جذب وإبقاء مواردها البشرية العاملة بها، وزبائنها وعملائها، والاهتمام بالجانب المعنوي للعمال والتزامهم وإنتاجيتهم، والتأثير على نظرة المالكين والمستثمرين فيها وكذلك الجهات الراعية لنشاطاتها والمجتمع المالي، وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى، والحكومات، والإعلام والصحافة، ومورديها وعملائها والمجتمع الذي تعمل فيه، وهي موجهة في الأساس لمساعدة منظمات الأعمال على تبني مفاهيم التنمية المستدامة، وتشجيعهم على تجاوز الواجبات القانونية التي تتعرض لها كل المنظمات.¹

ثالثاً: هيكل المواصفة الدولية ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية

تعتبر مواصفة الإيزو 26000 مواصفة اختيارية ولا يعمل بمبها لأغراض الترخيص والمطابقة أو التشريع أو الإبرام أي عقود لأي صفقات كما أنها لا تقصد أن تكون من العوائق غير الجمركية للتجارة أو أن تغير من الوضع القانوني للشركات، ولذلك فإنها لا تكون مستندا قانونياً لأي إجراءات قضائية دفاعاً أو اتهاماً على أي مستوى محلي أو عالمي أو غيرها²، وتتضمن المواصفة العناصر المبينة في الجدول التالي:

¹ يلي رمية هيدوب، الطاهر بن عمارة، محمد زرقون، الحوكمة كآلية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل المواصفة الدولية إيزو: 26000 دراسة حالة مؤسسة الروبية، الملتقى الدولي الثالث حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات: أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة قاصدي مزاب ورقلة، 28/27 نوفمبر 2017، ص 429.

² Guest Author, **ISO 26000 and the Definition of Social Responsibility**, March 14th, 2011, on the web site: <http://www.triplepundit.com>.

الجدول (1-3) هيكل المواصفة القياسية ISO 26000

البند	الهدف منه	شرح محتوى البند
البند (1)	المجال	تعريف وتحديد المحتوى الذي تغطيه هذه المواصفة، وتحديد القيود أو الاستثناءات، كما أنه ينص على أن هذه المواصفة الدولية تقدم دليلاً إرشادياً لجميع أنواع المنشآت بغض النظر عن حجمها أو موقعها.
البند (2)	التعريفات	يحدد هذا البند معاني المصطلحات الرئيسية المستخدمة في هذه المواصفة، وبلغ عدد التعريفات 22 مصطلحاً أهمها مصطلحاً: المسؤولية الاجتماعية وأصحاب المصلحة.
البند (3)	فهم المسؤولية الاجتماعية	يشرح هذا البند بشكل مفصل مفهوم المسؤولية الاجتماعية و يوضح أهم خصائصها.
البند (4)	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	حددت المواصفة سبعة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية هي: القابلية للمساءلة والشفافية، السلوك الأخلاقي، احترام مصالح الأطراف المعنية، احترام سلطة القانون، احترام الأعراف الدولية للسلوك، احترام حقوق الإنسان.
البند (5)	الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية و التعرف على أصحاب المصلحة	يتناول هذا البند اعتراف المنظمة بمسئوليتها الاجتماعية، من خلال تحديد تأثيراتها السلبية في المجتمع، وكذلك الطريقة التي ينبغي بها التصدي لهذه التأثيرات من أجل المساهمة في التنمية المستدامة وتحديد أصحاب المصلحة وإشراكهم في ممارساتها الاجتماعية.
البند (6)	دليل الموضوعات الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية	وهو أهم البنود في المواصفة، وفيه ذكر للمجالات الأساسية السبع للمسؤولية الاجتماعية والواجب تبنيتها من قبل المنظمات وهي: الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمالة، البيئة، الممارسات التشغيلية العادلة مع الأفراد والمنظمات، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع.
البند (7)	دليل إرشادي حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية	يوضح هذا البند إرشادات وتوجيهات مهمة من أجل إدارة جيدة للمسؤولية الاجتماعية في المنظمة، حيث يمكن أن تتم هذه الإدارة من خلال أربعة خطوات هي: التزام الإدارة العليا، تحديد وتحليل تطلعات أصحاب المصلحة، مرحلة التنفيذ والممارسة، التقييم و المتابعة، المراجعة.

Source: Michel Capron, Françoise Vuairiel- La noizelée, Marie-France Turcotte, ISO26000 UN Norme « hors norme », éditions Economica, Paris, France, 2011, PP : 21-26

ثالثا: واقع المواصفة الدولية ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية في الجزائر

تعتبر الجزائر عضوا في منظمة الايزو منذ سنة 1976، كما قامت بالمصادقة على المواصفة القياسية ايزو 26000، و تعد الجزائر من بين البلدان الأوائل بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا التي تبنت المعيار الدولي الجديد للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و ذلك من خلال وضع برنامج وطني للمرافقة في إطار مبادرة اقليمية اطلق عليها اسم (آر.آس مينا) (المسؤولية الاجتماعية لمنطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا) و تمتد من 2012 الى 2014 و تشمل هذه المبادرة الاقليمية ثمانية بلدان هي: الجزائر والمغرب و تونس ومصر و الاردن و سوريا و لبنان و العراق، و تشرف عليها المنظمة الدولية للتقييس بالتعاون مع الوكالة السويدية للتنمية الدولية، و ستستفيد 114 مؤسسة جزائرية من تكوين و مرافقة في مجال التقييس في إطار هذا البرنامج.¹

"في المرحلة الأولى من برنامج المسؤولية المجتمعية (آر.آس مينا) التي تم الشروع فيها في شهر ماي 2011 واستكملت في ديسمبر، استفاد منها كل من المركز التقني لمواد البناء (بومرداس) ووحدات التصبير الجديدة للجزائر (روبية).

و بناء على نفس البرنامج الوطني قام المعهد الوطني للتقييس في سنة 2012 باختيار أربع مؤسسات وطنية للاستفادة من البرنامج الإقليمي للمرافقة لمدة ثلاث سنوات من أجل مطابقة المقاييس التي تملها المنظمة الدولية للتقييس (إيزو 26000)، وذلك من ضمن 15 مؤسسة ترشحت من القطاعين، ويتعلق الأمر بكل من فرع تابع لسوناطراك، مؤسسة اتصالات الجزائر، سيفيتال بجاية ومجمع كوندور(ثلاث شركات صناعية و شركة ناشطة في قطاع الخدمات)، خلال 2013 توجد شركتين من قطاع البناء والأشغال العمومية والري توجدان في قائمة الانتظار، وهما (كوسيدار للأشغال العمومية من القطاع العام والمؤسسة الخاصة لأشغال الطرق والري والبناء)، و يتم اختيار المؤسسات بناء على مجموعة من المعايير مثل سمعتها الوطنية و الاقليمية في قطاع النشاط وكذا العلاقات مع المستخدمين والبيئة.²

¹ ماموني فاطمة الزهراء، واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ومدى التزامها بالمواصفة iso 26000 في الجزائر، مجلة قانون العمل والتشغيل، المجلد 5، العدد 4، نوفمبر 2020، ص 41.

² وهبية مقدم، تحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الصناعية خلال تبني المواصفة iso 26000، الملتقى الدولي الثالث حول المنظمات والمسؤولية الاجتماعية، 14-19 فيفري، جامعة بشار، الجزائر، 2012، ص ص 13-14.

أما المرحلة الثانية من البرنامج فقد أعلن عن انطلاقتها رسمياً نهاية ديسمبر 2013 على هامش اليوم الوطني للتحسيس بتطبيق شهادة ايزو 26000 بالمؤسسة العمومية نفضال (فرع الوقود) والمؤسستين الخاصتين "عميمر للطاقة" و "مولتي كاتريغ حاسي مسعود" فضلا عن "اوريفلام" فرع لمجمع سويدي لمواد التحميل موجود بالجزائر.¹

ويهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المؤسسات المستفيدة من الأدوات التي تمكنها من تحسين أداءها في ميدان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وبعد استكمال هذا البرنامج يمكن للمؤسسات المستفيدة أن تحصل على تصديق لحساباتها طبقا لمتطلبات مقياس ايزو 26000، وعلاوة على عملية الإشراف على المؤسسات فإن المسؤولية الاجتماعية لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تعتمز تقديم تكوين لخبراء جزائريين لمرافقة المؤسسات في تحسين التزاماتها بخصوص مسؤولياتها الاجتماعية.²

المبحث الثالث: إدراك وممارسات المسؤولية الاجتماعية داخليا وخارجيا لدى منظمات الأعمال

يكتسي موضوع ممارسة المسؤولية الاجتماعية أهمية في منظمات الأعمال، في الآونة الأخيرة أصبح العديد من الباحثين يفرقون بين مصطلحي المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية، من حيث الأصل والاستعمال، لكن بالرغم ذلك مازال الكثير من الباحثين يتناولون المصطلحين بنفس المعنى، في هذا المبحث سوف نتناول المصطلحين بالتفصيل، بالإضافة الى معالجة موضوع الإدراك للمسؤولية الاجتماعية من الناحية النظرية ومن خلال الدراسات السابقة.

المطلب الأول: المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية

إن المسؤولية الاجتماعية وحسب آخر الدراسات في مجال إدارة الأعمال قسمت إلى مسؤولية داخل بيئة المنظمة سميت بالمسؤولية الاجتماعية Responsibility Social، وأخرى مسؤولية المجتمعية تخص علاقة المنظمة بالبيئة الخارجية Responsibility Societal، ولعلنا في هذا المطلب سنتطرق لممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن البيئة الداخلية للمنظمة وضمن البيئة الخارجية.

¹ وكالة الأنباء الجزائرية، المسؤولية المجتمعية في الجزائر 4 مؤسسات ستحصل على شهادة ايزو 26000 سنة 2014، تاريخ النشر 2013/12/12، تاريخ الزيارة 2021/04/14، <https://www.djazairiss.com/aps/335658>.

² وهيبية مقدم، تحسين الأداء البيئي والاجتماعي، مرجع سابق، ص 14.

أولاً: ممارسات المسؤولية الاجتماعية Responsibility Social

المسؤولية الاجتماعية في هذا المجال هي تلك الممارسات التي تحدث ضمن البيئة الداخلية للمؤسسة على غرار تلك الممارسات اتجاه: ¹ (المالكين، والعاملين، والبيئة)

1- ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين: يمثل المالكون فئة مهمة جدا من أصحاب المصلحة والمستفيدين المباشرين من نشاط المنظمة إن هؤلاء المالكون يتحملون مخاطر الاستثمار من خلال المغامرة بأموالهم الخاصة متوقعين عائدا مناسباً من هذه الاستثمارات ويمكن أن يكون الملاك شخصا واحداً أو مجموعة أو شركة مساهمة أو شركة تضامن أو أي شكل قانوني آخر.

2- ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين: حسب الغالبي فإنه لا يقصد بالعاملين بأنهم الفنيون فحسب بل تشمل هذه الفئة جميع العاملين من إداريين وفنيين وفئات أخرى، حيث أن لهم مصلحة مهمة في المنظمة لا تقتصر على الأجور فحسب بل تتعداها إلى عدد أكبر من المؤشرات.

3- ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة: يقول الغالبي أن المقصود بالبيئة هنا هي البيئة الطبيعية، التربة والماء والهواء، وقد أصبح المجتمع معني بشكل كبير وبتزايد مستمر بالآثار البيئية التي تتركها عمليات منظمات الأعمال المختلفة، وتتفاوت المنظمات حسب طبيعة عملها في تأثيرها على البيئة فبعض أنواع المنظمات غير صديق للبيئة unfriendly Environmentally، مثل شركات تصفية النفط والصناعات الكيماوية وشركات إنتاج الكهرباء بالطاقة الذرية وغيرها وهناك منظمات أخرى أقل تلويثاً للبيئة، لكنه أصبح معروفاً أن جميع أنواع المنظمات ذات أثر سلبي متباين على البيئة بجميع مكوناته.

ثانياً: ممارسات المسؤولية المجتمعية Responsibility Societal

المسؤولية المجتمعية في هذا المجال هي تلك الممارسات التي تحدث ضمن البيئة الخارجية للمؤسسة على غرار تلك الممارسات اتجاه: (المجتمع، والزبائن، والموردين)

¹ طاهر حمسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سابق، ص 85.

1- ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع:

يمكن القول عن المجتمع أنه البيئة الإنسانية المحيطة بالمنظمة ففيه تنشأ وتنمو المنظمة وتؤثر فيه وتتأثر به لذلك يجب على منظمات الأعمال إعطاء هذا الكيان أولوية خاصة، إن للمجتمع المحلي في نظر المؤسسات اعتباراً خاصاً، فهي تنظر إليه على أنه شريحة مهمة تتطلع إلى تامين علاقاتها معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها بذل الجهود والنشاطات المضاعفة اتجاهه، والعمل على زيادة الرفاهية العامة لهذا المجتمع، وذلك من خلال النشاطات التي قد تشمل: المساهمة في دعم البنية التحتية كإنشاء الجسور والحدائق، ومن خلال المساهمة في الحد من مشكلة البطالة بالتركيز على تشغيل أبناء المجتمع في مشاريعها، ودعم بعض النشاطات الأخرى مثل الأندية الترفيهية لهذا المجتمع مع احترام العادات والتقاليد، ودعم مؤسسات المجتمع المدني، وتقديم العون المادي لذوي الاحتياجات الخاصة، هذا بالإضافة إلى الدعم المتواصل للمراكز العلمية كمراكز البحوث والمستشفيات، وعادة ما ينظر إلى مسؤولية المنظمة اتجاه المجتمع المحلي من زوايا مختلفة، فقد تشمل رعاية الأعمال الخيرية، الرياضية والفنية، التعليمية، التدريبية، وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي.¹

2- ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن:

حسب طاهر الغالبي فإن ممارسة المسؤولية الاجتماعية اتجاه هذه الشريحة من أصحاب المصالح ذات أهمية كبيرة لكل منظمات الأعمال بدون استثناء، فوجود المنظمة مرتبط بإنتاج سلع أو خدمات يستهلكها الزبائن، وطبيعة التعامل معهم واقناعهم باستهلاك هذه المنتجات عمل مهم من أعمال إدارة التسويق في أي منظمة من المنظمات، وفي الدول المتقدمة يعرب الزبائن عن الكثير من طلباتهم من خلال مصادر متعددة للرأي وجمعيات حماية المستهلك والنشرات والدوريات الخاصة بهذه الجمعيات تعتبر أداة ضاغطة على منظمات الأعمال بالإضافة إلى ذلك فإن المنظمات تجري باستمرار استبيانات واستطلاعات للرأي بشأن توجهات الزبائن وأراءهم بالسلع والخدمات المعروضة أو محتملة التطوير وهذه الآراء هي مصدر مهم لاتخاذ القرارات لمنظمات الأعمال، أما في الدول النامية فلا تزال مثل هذه الجمعيات غير موجودة أو أنها في طور الإنشاء، أو إن وجدت فهي قليلة التجربة ومحدودة التأثير، ولما للزبائن من أهمية قصوى في حياة منظمات الأعمال فيجب على هذه الأخيرة أن تبادر بالقيام بدراسات حول هذه الفئة لمعرفة متطلباتها وأسلوب تلبية هذه المتطلبات.²

¹ سمية دربال، مرجع سابق، ص 27.

² محمد بلعربي، مرجع سابق، ص 54.

3- ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين:

حسب محمد الطائي فإن الموردون هم أصحاب المصلحة الخارجيين الذين يساهمون بدور حيوي في نجاح المنظمة، وبالرغم من ذلك فقد تم تأشير بعض الفضائح من الممارسات السيئة من الموردين، والناجم عن عدم السيطرة على عملية الإنتاج (مثل حالة شركة Nike) ولذلك فمن المهم أن تراعي الشركات الاختيار الدقيق للموردين وفقا لبعض المعايير التي ينبغي أن لا يقتصر على معيار السعر فقط، لتشمل مراعاة ممارسة الاستدامة، ويجب على الشركات فرض رقابة مشددة مع ضمان الحوار المستمر من اجل تجنب عدم التطابق بين ما وعدت وبين الواقع، وفي الآونة الأخيرة أصبحت الحاجة ماسة لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة لتفعيل الاستراتيجيات والممارسات ذات العلاقة باستدامتها كضمان للعلاقات التجارية مع الشركات الكبيرة التي تسعى إلى إثبات ذاتها بوصفها مسؤولة اجتماعيا.¹

ثالثا: المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية

الملاحظ أن هناك خلط بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومفهوم المسؤولية المجتمعية، حيث نجد أن جل الباحثين والدارسين لا يهتمهم أي من المصطلحين عليهم أن يستعملوا حسب كل ظرف وحالة، نستنتج في الأخير بأن المسؤولية المجتمعية لا يمكن أن تتحقق في غنى عن المسؤولية الاجتماعية، في حين أنه يمكن الاكتفاء بالمسؤولية الاجتماعية كضمان حد أدنى من المسؤولية المجتمعية، حيث أن الأولى هو تبني المسؤولية الاجتماعية كونها أكثر إلزاما، هذا إذا نظرنا إلى المفهومين كل مستقل عن الآخر، أما بالنظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها أحد مستويات المسؤولية المجتمعية، فهنا تصبح هذه الأخيرة محتواه في المسؤولية الاجتماعية وتشكل أحد مستوياتها أو أبعادها التي تشمل البعد الخيري والإنساني.

لا يجب فهم هذه التفرقة على أن دور المسؤولية الاجتماعية لا يتجه نحو المجتمع، بل إن المجتمع في المسؤولية الاجتماعية هو أيضا أحد أصحاب المصلحة الخارجيين أو غير المباشرين، غير أن المجتمع في المسؤولية الاجتماعية يجب أن يتحقق رضاه عن وسائل عمل منظمات الأعمال وقبوله لأهدافها، والاعتراف بحقه في مراقبتها، وتتوسع مصلحته أكثر في المسؤولية المجتمعية.

¹ محمد الطائي، المسؤولية الاجتماعية للشركات وأخلاقيات الأعمال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 69.

ومع هذا وإن كان من المستحسن التفرقة بين المفهومين إلا أن الجدل لا يقع حول وجود مبادئ مشتركة يمكن جمعها تحت مسمى واحد ومتفق عليه وهو المسؤولية الاجتماعية¹.

المطلب الثاني: إدراك المسؤولية الاجتماعية لدى منظمات الأعمال

إن احتكاك الفرد بالعالم الخارجي والبيئة المحيطة يعرضه لمؤثرات عديدة تشكل سلوكه وقدراته، ولمواجهة هذه المؤثرات، ويصدر عن الفرد ردود فعل وهذه المؤثرات تمد الفرد بالبيانات والمعلومات تسمى مدخلات، فيقوم بتشكيلها وترتيبها وتنظيمها بطريقته الخاصة، وبمعنى آخر فإن المعلومات والخبرات المخزنة في ذاكرته تغير وتشكل ما يستقبله من معلومات من العالم الخارجي المحيط به متأثراً بدوافعه وخبراته السابقة وايضاً متأثراً بطبيعة المعلومات التي يستقبلها من العامل الخارجي ويقوم بعمل مقارنات بينها وبين ما هو مخزن في الذاكرة.²

أولاً: مفهوم الإدراك

الإدراك هو أحد خصائص الشخصية الانسانية ويعتبر عملية من عملياتها ومحددات السلوك الفردي، حيث يتعرض الانسان الى الكثير من المنبهات وهذه المنبهات ليست بالضرورة بنفس الدرجة، حيث يوجد منبهات ومثيرات لا تدخل ضمن المحيط الادراكي للإنسان³، ويعتبر الادراك عملية اختيار وتنظيم وتفسير المثيرات (المعلومات) المنتقاة من البيئة المحيطة به، أي أن الفرد هنا يكشف ويلاحظ وينتقي الأشياء والمثيرات والمتغيرات المختلفة الموجودة في البيئة المحيطة به ويفهمها ويفسرها ويعطيها المعنى الذي يعتقده صحيحاً ومناسباً من وجهة نظره الخاصة، فالإدراك ببساطة هو فهم الشخص وتفسيره للأشياء والأحداث المنتقاة التي تدور حوله.⁴

يعرف روبنس (Robbins) الإدراك بأنه العملية التي من خلالها ينظم ويتّرجم الأفراد انطباعاتهم الحسية من أجل أن يعطوا معنى لما يدور داخل بيئتهم، ويعرف كينيكي (Kinicki) الإدراك بأنه عملية ذهنية تساعدنا في تفسير

¹ بورق خيرة، الفرق بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية، 2020، تاريخ الاسترداد 2021/05/05، من الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية: <https://csrsa.net/post/1343>

² علي سعد الموسوي، السلوك التنظيمي، جامعة الكوت، بغداد، العراق، 2020، ص 01.

³ محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الاعمال، دار وائل للنشر، الاردن، 2005، ص 71.

⁴ علي سعد الموسوي، المرجع نفسه، ص 02.

وفهم ما يحيط بنا، ويعرف غيبسون (Gibson) الإدراك بأنه عملية تنظيم المعلومات الواردة من البيئة بحيث تؤدي معنى¹.

نستنتج من التعاريف السابقة أن: "الإدراك هو معرفة ذهنية يقوم فيها الفرد باستقبال المعلومات المرتبطة بالمتغيرات وتنظيمها، وتفسيرها، وإعطائها معاني خاصة قد تختلف عن الواقع، ثم التصرف وفق هذا المعنى"².

ثانياً: إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات

بعد أن تم التطرق لمفهوم الإدراك بصفة عامة، من خلال التعاريف المختلفة في مجال السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، إذ يعتبر الإدراك عنصر هاماً في ضبط مختلف المفاهيم المتداولة في الإدارة، من أجل تحسين المردودية المتعلقة بمختلف البرامج ضمن منظمة الأعمال وبالتحديد فيما يتعلق ببرامج المسؤولية الاجتماعية، فلا يمكن تصور نجاح وانتظار نتائج إيجابية بتبني مفاهيم في المنظمة وأفرادها يفتقرون للفهم الصحيح والإدراك المناسب لها، سنحاول تحليل هذا الإدراك للمسؤولية الاجتماعية وفقاً للدراسات السابقة كما يلي:

- في دراسة (عادل نعموش، 2021) يشير إلى أن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير واعية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، فرغم جهودها المبذولة تجاه أصحاب المصلحة إلا أنها لم تكن مبنية في إطار المسؤولية الاجتماعية.

- وفي دراسة (عبد إبراهيم السيد، 2020) يشير إلى وجود ضعف في إدراك الطلاب لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات حيث أبدى الطلاب اهتماماً أكبر بمدخل تعظيم القيمة لحملة الأسهم من خلال زيادة الأرباح والقيمة السوقية للاسهم أكثر من اهتمامهم بمدخل تعظيم القيمة لأصحاب المصالح في المجتمع الذي تعمل فيه الشركة، وهو الأمر الذي يمكن أن يفسر الضعف الشديد في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة للشركات السعودية نتيجة ضعف ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب المدبرين في هذه الشركات.

- وفي دراسة (محمد بلعربي، 2020) يؤكد على عدم وجود خلفية عن مصطلح المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب أفراد مجتمع الدراسة، مع وجود تطبيق العديد من اتجاهاتها (اتجاه المساهمين، العاملين، الزبائن،...)، المجتمع لديهم بما يعني وجود تطبيق نسبي للمسؤولية الاجتماعية من حيث لم يدري مجتمع الدراسة.

¹ جواد محمد علي، السلوك التنظيمي وحقوق الانسان، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 2014، ص 10.

² جواد محمد علي، المرجع نفسه، ص 11.

- وفي دراسة (ثامر البكري وأبي سعيد الديهوجي، 2001) فإنه يرى أن المفهوم الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية هو الأكثر قبولا للعينة المبحوثة من المديرين حيث أن أغلبية المديرين يعتمدون المفهوم الكلاسيكي كتوجه فكري وإداري في عملهم، ويتلخص المفهوم الكلاسيكي في أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تتمثل في استخدام الموارد والقيام بالأنشطة المطلوبة لتحقيق أعلى ربح وبما ينسجم مع القوانين السائدة، وهذا الإدراك يعني أن الإدارات العاملة في مجتمع الدراسة لازالت دون مسؤولية التفاعل والتوافق مع متغيرات العصر الحديث الحاصلة في مجال الفكر الإداري المعاصر.

- وفي دراسة (Öznur Bozkurt, 2019) فإن رواد الأعمال يرون بضرورة تنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية لأغراض الدعاية وبالتالي خصم تكلفة المسؤولية الاجتماعية من الضرائب، بمعنى انه يوجد قصور في إدراك المعنى الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية مما تنتج عنه هذه الرؤية القاصرة والضيقة حول المسؤولية الاجتماعية.

- وفي دراسة (PHAM Duc Hieu, 2011) يرى الباحث بأنه يوجد تناقض ما بين ما يقوله المديرون أنهم يفعلونه وما يفعلونه حقيقة، ومع ذلك توجد الرغبة في التعلم واكتساب المزيد حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.

- وفي دراسة (Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi , 2017) يرى الباحث أن المديرين لديهم درجة عالية من إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات، ويرجع ذلك الى أن للقيم الاسلامية لدى المبحوثين دور مهم في تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في اليمن.

من خلال استعراض الادراك للمسؤولية الاجتماعية في مختلف الدراسات، تتبين أهمية الحرص على ضبط الادراك الصحيح للمفاهيم في مجال ادارة الاعمال وبصفة خاصة لمتغير الدراسة الحالية، ويزيد تأكيدا على ان تصحيح المفاهيم لدى العنصر البشري ضروري جدا قبل حرص المنظمات على تبنيه وتحسينه ضمن مخططاتها.

ثالثاً: أهمية إدراك المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

نجد في غالب الأحيان وفي الواقع العملي اعتقاد خاطئ للمسؤولية الاجتماعية على أنها مبادرة تطوعية فقط لا أقل ولا أكثر، أي العامل المادي والمالي هو الغالب على الشخصيات المتعلقة بالأعمال، ويمكن حصر أهمية إدراك المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في مجموعة من القيم الممكن الحصول عليها من طرف المؤسسة الاقتصادية حالة إدراكها وإعطاء أهمية للمسؤولية الاجتماعية في ما يلي¹:

- 1- بناء علاقات قوية وإيجابية مع المجتمع حيث تساهم في تحسين سمعة المؤسسة الاقتصادية أمام طالبي منتجاتها؛
- 2- إدراك أهمية المسؤولية الاجتماعية يسمح للمجتمع بمجد ذاته بالقدرة على الحصول على الخدمات التي يحتاجها في مختلف الجوانب الضرورية مثل النقص في الخدمات التعليمية أو الثقافية، والاقتصادية في المجتمع؛
- 3- إعطاء أهمية وقيمة للمسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسة الاقتصادية يسمح لها بتقليل تكاليف التشغيل وتحسين الصورة العامة للمنتجات ونوعيتها ومن ثم زيادة المبيعات، الإخلاص للعملاء، زيادة الإنتاجية والنوعية؛
- 4- إدراك أهمية المسؤولية الاجتماعية يسمح للمؤسسة بخلق نوع من روح العمل والتضافر والتعاون بين كل من له علاقة بالمؤسسة (الملاك، الزبائن، العملاء، أفراد المجتمع...) لتحقيق أهدافها المسطرة.

¹ عادل عامر، المسؤولية الاجتماعية ودورها في بناء واستقرار المجتمع، المؤتمر العلمي حول المسؤولية المجتمعية وبناء الانساء رؤية مستقبلية، مصر، 2019، ص15.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم الخوض في موضوع المسؤولية الاجتماعية وموضوع منظمات الأعمال ليتم ربط الموضوعين بالادراك، وذلك من خلال الجانب النظري، حيث تم التعرّيج على مفهوم المنظمات ومنظمات الأعمال وبالتفصيل في المؤسسات الاقتصادية والمؤسسات الاقتصادية العمومية، والتي تتميز بمجموعة من الخصائص المنفردة عن غيرها من المنظمات، بإعتبارها ضمن تركيبة المنظمات الناشطة في بيئة الأعمال الجزائرية.

كما تم التعرض للمسؤولية الاجتماعية بالتفصيل من طرف الطالب بإعتبارها المتغير الرئيسي لموضوع الدراسة بداية بمفهومها الذي إختلف حسب رؤية كل باحث أو هيئة دولية، بعد ذلك تم التطرق لأهدافها وأهميتها ومختلف عناصرها وأبعادها وتم كذلك التفصيل في النظريات المفسرة لموضوع المسؤولية الاجتماعية، وتم إبراز بأن من سمات منظمات الأعمال موضوع المسؤولية الاجتماعية بإعتباره من برامج وإستراتيجيات منظمات الأعمال المعاصرة، تم كذلك تناول موضوع المواصفة الدولية ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية بالتفصيل من حيث مجالاتها وأهدافها وهيكلها وكذلك واقعها في الجزائر.

ليتم في آخر الفصل معالجة لموضوع إدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية، حيث تم التعرف على مصطلح الادراك بالتفصيل، بالإضافة الى ذلك النوع من الادراك داخل منظمات الاعمال من خلال أفرادها خاصة في الادارة العليا والوسطى لمنظمات الأعمال.

الفصل الثاني:

الأدبيات التطبيقية لإدراك منظمات

الأعمال للمسؤولية الاجتماعية

تمهيد الفصل:

بعد أن تم استعراض الأدبيات النظرية الخاصة بمتغيرات الدراسة، تأتي خطوة مراجعة الأدبيات التطبيقية أو الدراسات السابقة، وهي خطوة لا تقل أهمية عن التأصيل النظري للموضوع، حيث أن الدراسات السابقة تساعدنا في معالجة وضبط إشكالية الدراسة بشكل دقيق على ضوء مختلف الدراسات المماثلة بما فيها تلك التي تناولت المتغير وحده أو المتغير مع متغيرات أخرى، وتمكننا كذلك من معرفة النقاط المشتركة بين دراستنا الحالية وما يماثلها، وكذا نقاط تميز هذه الدراسة عن سابقتها سواء كان ذلك في النتائج المتوصل إليها أو مجتمع الدراسة أو طريقة التحليل.

لقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كالتالي:

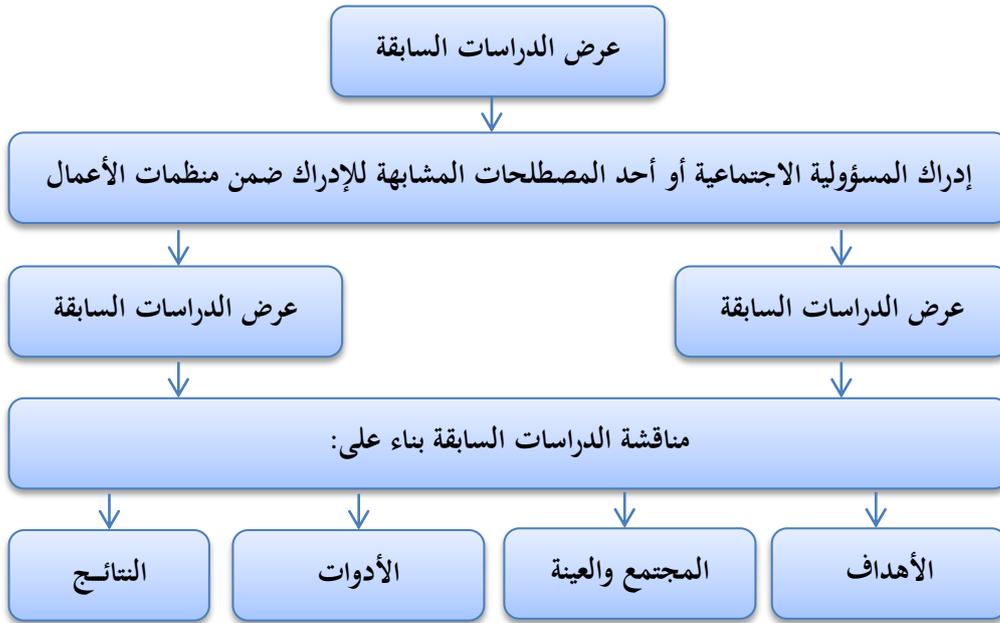
المبحث الأول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية والأجنبية

المبحث الثاني: مناقشة الدراسات السابقة وما يميز الدراسة الحالية

المبحث الأول: عرض الدراسات السابقة العربية والاجنبية

من خلال عملية المسح لمختلف المصادر المتوفرة، الالكترونية منها والورقية تم جمع العديد من الدراسات التي تتناول موضوع الدراسة سواء بطريقة مباشرة او غير مباشرة، حيث أن بعض الدراسات تتشابه كثيرا من دراستنا الحالية مع بعض الاختلافات المعتبرة والتي تساهم كثيرا في تغذية الدراسة الحالية، بل وتمهد الطريق من أجل الامام بالنقائص التي قد تسجل في مختلف الدراسات السابقة، وكما تم الاشارة سابقا الى ان هذا المبحث سوف يكون مقسما الى مطلبين يستعرض من خلاله مختلف الدراسات بناء على لغة معالجة الموضوع، حيث يرى الطالب بأن هذا التقسيم منطقي ويخدم موضوع البحث، وحتى تتمكن من عرض هذه الدراسات ومناقشة مضمونها منهجيا أعتمد على المخطط الموضح في الشكل أدناه كدليل عمل، حيث تناولت هذه الدراسات تبعا لهذا المخطط:

الشكل (1-2) مخطط عرض الدراسات السابقة



المصدر: من إعداد الطالب.

تم التطرق في هذا الفصل لمختلف أطاريح الدكتوراه والمقالات المنشورة في المجالات المحكمة، خلال الفترة الممتدة من سنة 2001 الى سنة 2021، وتم تقسيمها بناء على الدراسات باللغة العربية والدراسات باللغة الأجنبية.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية

يوجد عدد معتبر من الدراسات السابقة باللغة العربية التي تناولت في جزئية منها أو جملة موضوع إدراك المسؤولية الاجتماعية، ولقد تم وضع عدد من المعايير، تم ذكرها في بداية الفصل، لاختيار ما يتناسب منها لطرحه كدراسة سابقة لموضوع دراستنا، ومن أهم تلك الدراسات نذكر ما يلي:

1- دراسة (عادل نقموش، 2021)¹، مقالة بعنوان: مدى إدراك مستخدمي المؤسسات الاقتصادية لعناصر المسؤولية الاجتماعية حالة مؤسسة مطاحن الحضنة

هدفت الدراسة الى التعريف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية من الجانب النظري والتطبيقي، خصوصا وأنها من المفاهيم الإدارية التي ما تزال بحاجة إلى البحث والدراسة، وكذلك معرفة موقع المؤسسة الجزائرية من مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى استجابتها للبرامج المرتبطة بهذا المفهوم، إضافة الى إبراز الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية على المنظمة وعلى المجتمع ومختلف أصحاب المصلحة، حيث أجريت الدراسة على عينة من (60) موظف في مؤسسة مطاحن الحضنة بمدينة المسيلة، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج كما يلي:

- المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تقوم بمقتضاه منظمات الأعمال بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها على نحو تطوعي.

- يرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية بعدة مفاهيم أخرى ذات العلاقة، مثل: التنمية المستدامة، حوكمة الشركات، أخلاقيات الأعمال ومواطنة الشركات وكلها تهدف إلى تغيير فكرة الربح هو الهدف الوحيد، ومراعاة الجوانب الأخلاقية والاجتماعية والبيئية عند ممارستها لنشاطاتها.

- من خلال دراستنا التطبيقية في مؤسسة مطاحن الحضنة تبين لنا أن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير واعية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، فرغم جهودها المبذولة تجاه أصحاب المصلحة إلا أنها لم تكن مبنية في إطار المسؤولية الاجتماعية.

¹ عادل نقموش، " مدى إدراك مستخدمي المؤسسات الاقتصادية لعناصر المسؤولية الاجتماعية حالة مؤسسة مطاحن الحضنة "، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 12، العدد 01، الجزائر، 2021، ص ص 565-584.

2- دراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020)¹، مقالة بعنوان: مدى إدراك مدراء الانتاج والعمليات لمبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز: دراسة استطلاعية في شركة كرونجي لانتاج المشروبات الغازية والمياه الصحية والعصائر المحدودة

هدف هذه الدراسة الى تحديد مدى إدراك مدراء الانتاج والعمليات لمبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز في شركة كرونجي لانتاج المشروبات الغازية والمياه الصحية والعصائر المحدودة، ولتحقيق ذلك تم اعداد مخطط افتراضي للبحث يتضمن مبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز، فضلا عن صياغة فرضيتين اساسيتين، وقد اعتمدت الدراسة على الاستبانة بوصفها أداة رئيسية لجمع بيانات معلومات البحث، حيث تم توزيع (45) استبانة على عينة البحث المؤلفة من مدراء الانتاج والعمليات في الشركة المبحوثة، توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- وجود اهتمام من قبل الشركة المبحوثة بتبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز محل الدراسة.
- وجود ادراك من قبل مدراء الانتاج والعمليات في الشركة المبحوثة بخصوص مبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز.
- هناك تبني من قبل الشركة المبحوثة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز.
- وجود تباين في اجابات الافراد المبحوثين بخصوص مبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز في الشركة المبحوثة.
- يوجد نسبة استجابة عالية من جانب الافراد المبحوثين حول فقرات متغيرات البحث بشكل عام، وهذا يعني ان مستوى إدراك المبحوثين قد بلغ المستوى الثالث من مساحة المقياس والذي يمثل ارتفاع مستوى الحالة المدركة مما يؤشر إدراك المبحوثين لمبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز في الشركة المبحوثة.
- اتضح من خلال إجابات الافراد المبحوثين تجاه فقرات متغيرات البحث انها تميل نحو الاتفاق وبنسبة عالية، حيث تبين ان مبدأ المسؤولية تجاه المجتمع حاز النسبة الأعلى للاتفاق من بين اجابات الافراد المبحوثين، في حين حظي مبدأ الاستدامة على أقل نسبة اتفاق بين اجابات الافراد المبحوثين.

¹ أسيل نوري وزهر محمد، " مدى توافر متطلب إدراك المسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصالح وفق المواصفة الدولية iso –2010 –26000 دراسة حالة الجهاز المركزي للقياس والسيطرة النوعية "، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد 124، العراق، 2020، ص ص 29-44.

- تشير نتائج التحليل الاحصائي (T-test) الى اهتمام الشركة المبحوثة بتبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز بدلالة قيمة (T) المحسوبة والتي كانت أكبر من القيمة الجدولية بالنسبة لجميع مبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز المعتمد في البحث.

3- دراسة (أمينة صديقي، 2020)¹، مقالة بعنوان: مدى ادراك موظفي المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز بأهمية البعد القانوني والبيئي للمسؤولية الاجتماعية-دراسة ميدانية وحدة المدية-

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى اهتمام العاملين في المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز -وحدة المدية- بالمسؤولية الاجتماعية ومدى ادراكهم لأهمية البعد القانوني والبيئي للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على الاستبيان من أجل جمع المعلومات وتحليلها وتوزيعه على فئة الإطارات البالغ عدده (74) عامل، بحيث تم توزيع (50) استبانة، ولقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- يدرك موظفي المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز لأهمية البعد القانوني والبيئي للمسؤولية الاجتماعية.

- وجود انسجام واضح وقلة التشتت بين إجابات أفراد العينة في المؤسسة المدروسة.

- المؤسسة تهتم بالجانب البيئي من حيث حملات توعية والمشاركة مع الشركات ذات العلاقة في المحافظة على المحيط، كما يشير إلى اهتمام الشركة بتميز خدماتها المقدمة ويظهر هذا من خلال امتلاكها خطط للطوارئ في حال حدوث كوارث طبيعية، أما بالنسبة للانحراف المعياري لكل عبارة فهو مرتفع نوعا ما ويدل على عدم تقارب إجابات أفراد العينة.

4- دراسة (أسيل نوري وزهر محمد، 2020)²، مقالة بعنوان: مدى توافر متطلب إدراك المسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصالح وفق المواصفة الدولية iso 26000-2010- دراسة حالة الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية

هدفت هذه الدراسة الى البحث عن امكانية تطبيق المواصفة الدولية iso 26000، وكذلك تصميم قوائم فحص لمتطلب إدراك المسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصالح (المتطلب الخامس) للمواصفة الدولية

¹ صديقي أمينة، "مدى ادراك موظفي المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز بأهمية البعد القانوني والبيئي للمسؤولية الاجتماعية"، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، 2020، ص ص 61-72.

² أسيل نوري وزهر محمد، "مدى توافر متطلب إدراك المسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصالح وفق المواصفة الدولية iso 26000-2010- دراسة حالة الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية"، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد 124، العراق، 2020، ص ص 29-44.

26000، البالغة (5) متطلبات فرعية بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات، وتكمن أهمية البحث من خلال المساهمة في تعريف عينة البحث وزيادة ادراكهم بالإطار المعرفي للمسؤولية الاجتماعية وتقييم أداءها استراتيجيا، وتشخيص الفجوة بين المتطلب (5) في المواصفة الدولية ISO 2010:26000 والواقع الفعلي في دائرة السيطرة النوعية (عينة البحث)، لقد تم التوصل الى عدة نتائج والتي من أهمها مايلي:

- بلغ معدل التطبيق لمتطلب ادراك المسؤولية الاجتماعية وأشراك اصحاب المصالح (3.28) مما يدل على أن جوهر نشاطات ومسؤوليات دائرة السيطرة النوعية يتركز على المسؤولية الإجتماعية.
- الافتقار الى الحماية الأمنية من قبل السلطات الأمنية لمنتسبي دائرة السيطرة النوعية عند القيام بواجباتهم (الكشوفات) في المشاريع الصناعية، هيئة المنافذ الحدودية، والأسواق المحلية.
- يتم تحديد أصحاب المصالح من قبل دائرة السيطرة النوعية بآليات مختلفة حسب العالقة بين الدائرة وأصحاب المصالح.

5- دراسة (عبد إبراهيم السيد، 2020)¹، مقالة بعنوان: مدى ادراك طلاب أقسام المحاسبة لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة ميدانية على الجامعات السعودية

هدفت هذه الدراسة الى اختبار مدى إدراك طلاب أقسام المحاسبة في الجامعات السعودية باعتبارهم المديرون الماليون المحتملون في المستقبل في الشركات السعودية لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها أحد العوامل الهامة في تحقيق النجاح والنمو المستدام لهذه الشركات في الوقت الحاضر، وقد إعتد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ومن خلال دراسة عينة مكونه من (94) طالب من طلاب اقسام المحاسبة في الجامعات السعودية خلصت الدراسة الى ما يلي:

- وجود ضعف في ادراك هؤلاء الطلاب لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات حيث ابدى الطلاب اهتماما أكبر بمدخل تعظيم القيمة لحملة الأسهم من خلال زيادة الأرباح والقيمة السوقية للاسهم أكثر من اهتمامهم بمدخل تعظيم القيمة لأصحاب المصالح في المجتمع الذي تعمل فيه الشركة.

¹ عبید ابراهيم السيد، " مدى ادراك طلاب أقسام المحاسبة لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة ميدانية على الجامعات السعودية "، JOURNAL OF FINANCE & CORPORATE GOVERNANCE، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، 2020، ص 60-78.

-إضطلاع الشركة بالوفاء بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الأطراف المختلفة في المجتمع الذى تعمل فيه هذه الشركة، وهو الامر الذى يمكن ان يفسر الضعف الشديد في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة للشركات السعودية نتيجة ضعف ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب المديرين في هذه الشركات.

6- دراسة (محمد بلعربي، 2020)¹، أطروحة دكتوراه بعنوان: واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات -دراسة حالة لمجموعة من الشركات الناشطة بولاية غرداية -

هدفت هذه الدراسة الى البحث عن واقع وحقيقة التزام منظمات الأعمال الصناعية الناشطة بربوع ولاية غرداية، بمسؤولياتهم الاجتماعية المنوطة بهم اتجاه اصحاب المصلحة المعنين بذلك، والاضطلاع بأدوارهم اتجاه المالكين والعاملين، الزبائن والبيئة والمجتمع وكل الأطراف ذات العلاقة، في ظل الأبعاد الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية، وقد تم استعمال اداة الاستبانة لمعرفة توجهات العينة المستهدفة بخصوص الموضوع حيث تم توزيع (75) استبانة على مختلف المؤسسات الصناعية الناشطة على مستوى المناطق الصناعية ومناطق النشاطات بولاية غرداية على غرار المنطقة الصناعية قارة الطعام، بلدية بنورة وسط المدينة ...، حيث تم استرجاع (52) استبانة منها صالحة للدراسة، والتي تم تحليلها باستخدام برنامج الحزم الاحصائية نسخة spss v26، كما تم اعتماد أداة المقابلة التي جمعت الباحث بعينة من مسيري واطارات الادارة العليا لهاته الشركات بغية التعرف أكثر على مدى تبييهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وواقع حالها لديهم، وتوصلت الدراسة الى التالي:

- عدم وجود خلفية عن مصطلح المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب أفراد مجتمع الدراسة، مع وجود تطبيق العديد من اتجاهاتها (اتجاه المساهمين، العاملين، الزبائن،...)، المجتمع) لديهم بما يعني وجود تطبيق نسبي للمسؤولية الاجتماعية من حيث لم يدرى مجتمع الدراسة.
- كما توصلت الدراسة الى عدم وجود فروقات استجابة للمسؤولية الاجتماعية من طرف الشركات تعزى لحجم الشركة، الصفة القانونية، ملكية الشركة الصناعية.
- لم يحدد لحد الساعة معيار واضح للترقية بين مصطلحي المسؤولية الاجتماعية والمجتمعية فانقسم الأكاديميون الى فريقين يقول الأول بأن المصطلحان سيان وفريق آخر يقول بأن المسؤولية الاجتماعية ممارسة في بيئة المنظمة الداخلية و المسؤولية المجتمعية ممارسة في بيئة المنظمة الخارجية.

¹ محمد بلعربي، "واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات -دراسة حالة لمجموعة من الشركات الناشطة بولاية غرداية -" أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، 2020.

7- دراسة (سمية دربال، 2019)¹ أطروحة دكتوراه بعنوان: "محددات تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، دراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خلال الفترة 2017-2018"

هدفت هذه الدراسة الى ابراز مختلف دوافع التزام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية، لعينة مكونة من (52) مسير في مؤسسات اقتصادية جزائرية خلال الفترة (2017-2018)، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لأغراضها، وحيث كانت الاستبانة هي الأداة الرئيسية لجمع البيانات، كما تم استخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

وقد تم تحديد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من خلال خمسة أبعاد أساسية تمثلت في: الاهتمام بالمجتمع المحلي، المحافظة على البيئة، الاهتمام بالعاملين، حماية المالكين و/أو المساهمين وكذا السلوك الاجتماعي مع الزبائن، كما تم إختبار كل من الدوافع الشخصية التي تخص سلوك المسيرين، والدوافع الداخلية النابعة من السلوك التنظيمي للمؤسسة، والدوافع الخارجية الناتجة عن سلوك المؤسسة مع محيطها الخارجي، وقد توصلت الدراسة الى التالي:

- يوجد إدراك لدى مسيري المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- تتبنى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية مسؤولياتها الاجتماعية بشكل جيد اتجاه كل الأطراف المعنية (المجتمع، البيئة، الزبائن، المالكين و/أو المساهمين، والعاملين).
- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين ادراك المسؤولين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وتبنيهم لها.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية في تبني المسؤولية الاجتماعية تعزى لخصائص المسيرين في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من حيث (المستوى العلمي، الخبرة المهنية، والمستوى الوظيفي).
- توجد فروق ذات دلالة احصائية في تبني المسؤولية الاجتماعية تعزى لخصائص المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من حيث (الحجم، قطاع النشاط، وطبيعة الملكية).

¹ سمية دربال، "محددات تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية- دراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خلال الفترة (2017-2018)-"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2019.

8- دراسة (بوتيارة عنتره وواضح فواز وحسين الأمين شريط، 2016)¹، مقالة بعنوان: إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر-دراسة ميدانية لمصانع البلاط في ولاية المسيلة -

هدفت هذه الدراسة الى عرض موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال جوانبه النظرية، ومن ثم الانتقال الى تطبيقه ميدانيا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من خلال عينة من مصانع البلاط ببلدية مقرة، وذلك لتبيان مستوى إدراك إدارات هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية للشركات للقائمين عليها، من خلال استبيان تم اعتماده على مجموعة من الدراسات السابقة في هذا المجال، حيث توزيع استبيان على (42) مسؤول، وقد توصلت الدراسة الى ما يلي:

- إن المؤسسات محل الدراسة تدرك مسؤوليتها الاجتماعية بشكل مرتفع في المجالات الأربعة المدروسة، حيث يأتي مجال الاهتمام بمجال المستهلكين لمنتجات هذه المؤسسات، يليه الاهتمام بالمجتمع، ثم الاهتمام بالعاملين والاهتمام بالبيئة، حيث بلغ المتوسط الإجمالي لهذه المجالات: 4.12 وهو مرتفع ويدل على إدراك المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات من قبل إداراتها.
- تحمل المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية يحقق العديد من الفوائد للمجتمع المحلي والمؤسسات معا والتي تتمثل في تقديم سلع ومنتجات صحية للمجتمع والمحافظة على بيئة نظيفة خالية من التلوث وزيادة ولاء الموظفين وتمتع الشركة بالمصداقية وخلق علاقات جيدة مع المساهمين وغيرهم من أصحاب المصالح.
- رغم النتائج الايجابية للبحث والتي تبرز إدراك المؤسسات محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية إلا أن الواقع يظهر عكس ذلك، حيث توجد عدة أسباب تعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الجزائر.

¹ بوتيارة عنتره، واضح فواز، حسين شريط، "إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر- مع الإشارة الى مجموعة من مؤسسات صناعة البلاط ببلدية مقرة (ولاية المسيلة)-"، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 01، العدد 02، الجزائر، 2016، ص ص 80-91.

9- دراسة (نعيمة القطراني، 2016)¹، رسالة ماجستير بعنوان: معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية-دراسة ميدانية على مديري الادارة الوسطى في بعض المنظمات النفطية الليبية العاملة بمدينة بنغازي-

هدفت هذه الدراسة الى معرفة معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية التابعة للمؤسسة الوطنية للنفط المتواجدة إدارتها الرئيسية أو فروعها في نطاق مدينة بنغازي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع المديرين بالادارة الوسطى في المنظمات قيد الدراسة، والبالغ عددهم (130) مديرا، واستعملت استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لتجميع البيانات اللازمة من مديري الادارة الوسطى بالمنظمات قيد الدراسة، حيث قسمت استمارة الاستبيان الى جزئين، الجزء الأول يتعلق بالمتغيرات أو الصفات الشخصية للمبحوثين، أما الجزء الثاني تضمن محاور الدراسة المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها:

- لا توجد رؤية واضحة من قبل المنظمات قيد الدراسة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- تشعر الادارة العليا في المنظمات بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي الى اضعاف مستوى الأداء.
- تساهم القوانين المعمول بها في الدولة في الحد من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- أن المنظمات قيد الدراسة تفتقر لمصادر التمويل اللازمة للاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية.

10- دراسة (محمد فلاق، 2014)²، أطروحة دكتوراه بعنوان: مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال- دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو9000-

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى إدراك وتبني المسؤولية الاجتماعية ومدى مساهمتها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لدى منظمات الأعمال الجزائرية خاصة الحائزة منها على شهادة الإيزو9000، حيث بدأت

¹ نعيمة القطراني، " معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية-دراسة ميدانية على مديري الادارة الوسطى في بعض المنظمات النفطية الليبية العاملة بمدينة بنغازي-"، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة بنغازي، ليبيا، 2016.

² فلاق محمد، " مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال-دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو9000-"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2014.

الدراسة بطرح الاشكالية الرئيسية التالية: الى اي مدى يمكن للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو9000 تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية؟

وقد أجريت هذه الدراسة على عدد من المؤسسات الاقتصادية من القطاع الحكومي والخاص الحاصلة على شهادة الإيزو9000 والمنتشرة عبر 15 ولاية جزائرية، حيث تم كانت العينة مكونة من (218) مدير عبر المؤسسات الاقتصادية، كما توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- وجود اختلاف في فهم المسؤولية الاجتماعية لدى مديري المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.
- يدرك بعض مسؤولي المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أن تبني مبادرات المسؤولية الاجتماعية سيساعد المؤسسة حتما على بلوغ أهداف الوصول للموقع التنافسي وتحقيق العوائد المالية مستقبلا.
- بالرغم أن إدراك المسؤولية الاجتماعية كان متوسطا على العموم لدى مدراء المؤسسات محل الدراسة لكن هذا لم يمنع من وجود مبادرات للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين والعاملين وانشطة البيئة والعملاء.
- أظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسات محل الدراسة يملكون مسؤولية اجتماعية اتجاه العاملين كونهم المحرك لهذه المؤسسات، حيث يجب ارضائهم والاهتمام برغباتهم.
- أظهر المسح البحثي أنه يوجد فرق واضح بين تبني المسؤولية الاجتماعية لدى منظمات الاعمال الخدمية والصناعية حيث ظهرت الأخيرة وكنتيجة حتمية أكثر بروزا في هذا المجال وذلك نظرا لبنية هيكلها التنظيمي وكثافة عدد عمالها وتماسها مع المجتمع.
- أظهرت الدراسة أنه يوجد فروقات في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لصالح المؤسسات الاقتصادية الكبيرة في الجزائر ونظيرتها الصغيرة والمتوسطة.

11- دراسة (فؤاد الحمدي، 2008)¹، مداخلة بعنوان: مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها-دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة المنظمات الصناعية اليمنية-

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى إدراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية اليمنية لمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية، حيث تم استقصاء (54) مديرا من الإدارات العليا والوسطى لتلك المنظمات، وكانت نتائج الدراسة كما يلي:

- أن (91%) من أفراد العينة منظماتهم تقدم منتجات آمنة وصحية للمستهلكين.
- وأن (87%) من أفراد العينة منظماتهم تقدم منتجات ذات نوعية جيدة.
- وأن (85%) من أفراد العينة تلتزم منظماتهم بمعايير أخلاقيات التسويق وحقوق المستهلك.
- وأن (83%) من أفراد العينة أن منظماتهم تشارك في التظاهرات المحلية التي تستهدف المصلحة الوطنية.
- كما تشير النتائج الى ان لدى اغلب افراد العينة شعورا ايجابيا نحو منظماتهم وایمانا كاملا بأن منظماتهم تقوم بتنفيذ العديد من الأنشطة والممارسات الايجابية والذي من شأنه تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه كافة أصحاب المصالح من عاملين ومستهلكين ومجتمع... الخ.

12- دراسة (فاطمة المنصوري، 2006)² رسالة ماجستير بعنوان: " مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها ببعض العوامل الديموغرافية والوظيفية، دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية الليبية العاملة في مدينة بنغازي"

¹ فؤاد الحمدي، " مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها-دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة المنظمات الصناعية اليمنية-"، المؤتمر الأول للمسؤولية الاجتماعية للشركات، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، صنعاء، 30/29 أكتوبر 2008.

² فاطمة المنصوري، " مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وعلاقته ببعض عوامل الديموغرافية والوظيفية- دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية الليبية-"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة الأعمال، جامعة بنغازي، ليبيا، 2006.

هدفت هذه الدراسة الى تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبيان العوامل المؤثرة في مستوى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والتعرف على علاقة بعض العوامل الديموغرافية والوظيفية بمدى إدراك المديرين في المنظمات الصناعية الليبية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وتكون مجتمع الدراسة من مديري الإدارتين العليا والوسطى والبالغ عددهم (45) مديراً، حيث تم استخدام المسح الشامل لكل مفردات المجتمع، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن (76%) من المنظمات الصناعية قيد الدراسة لا يوجد لديها تقسيم تنظيمي متخصص لإدارة الخدمات الاجتماعية، وان (82%) من المنظمات لا تقوم باعداد برامج مخططة للخدمات الاجتماعية التي تسعى لتنفيذها، وان (76%) من المنظمات الصناعية لا تقوم بالتحديد الواضح لمجالات المسؤولية الاجتماعية.
- أن أغلبية المديرين والذين تبلغ نسبتهم (87%) يرون ان الجهود والنشاطات التي تبذلها المنظمات الصناعية في مجال تقديم الخدمات الاجتماعية غير كافية ومنهم من يرجع عدم كفاية الجهود المبذولة الى عدم الاهتمام بهذا الموضوع ونسبتهم (32%)، ومنهم من يرجع السبب الى حداثة الموضوع وقد بلغت نسبتهم (24%)، في حين أن (22%) يرون أنه لا توجد مصادر تمويل كافية.

13- دراسة (محمد مجيد هاتف، 2006)¹ مقال بعنوان: "إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية العراقية والافصح عنها في التقارير المالية الخارجية: دراسة ميدانية"

هدفت هذه الدراسة الى بيان مستوى إدراك الشركات الصناعية العراقية للمسؤولية الاجتماعية وفي جميع مجالات المسؤولية الاجتماعية، وكذلك بيان مستوى إفصح هذه الشركات عن الشركات عن هذه المسؤولية في تقاريرها المالية الخارجية.

استخدم الباحث استبيان لجمع البيانات اللازمة للدراسة، وتكونت العينة التي أجريت عليها الدراسة من (78) فرداً من الإدارات الوسطى والعليا ل (30) شركة صناعية ومن القطاعات الثلاث (عام، خاص، ومختلط) للاستبيان الأول، و(30) فرداً للاستبيان الثاني من المديرين الماليين أو مساعديهم وفي نفس الشركات، وقد تم تحليل البيانات باستخدام النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وأظهرت النتائج ما يلي:

¹ محمد مجيد هاتف، "إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية العراقية والافصح عنها في التقارير المالية-دراسة ميدانية-"، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 04، العراق، 2006.

- تدرك إدارات الشركات الصناعية العراقية مسؤولياتها الاجتماعية بشكل مرتفع في المجالات الأربعة المدروسة حيث يأتي مجال العاملين بالدرجة الأولى يليه مجال التفاعل مع المجتمع ثم مجال المستهلكين وأخيراً مجال البيئة.
- إن إفصاح الشركات عينة الدراسة عن مسؤولياتها الاجتماعية في تقاريرها المالية الخارجية متدني وغير كافي، كما يوجد تركيز على مجال العاملين في الإفصاح وكذلك المستهلكين، أما المجالين الآخرين فإن الإفصاح عنهما قليل.
- هناك العديد من الأسباب والمؤثرات التي أدت الى تدني مستوى افصاح الشركات عن مسؤولياتها الاجتماعية في تقاريرها المالية حيث لا توجد تعميمات مهنية وقوانين وأنظمة صادرة عن الدولة تلزم الشركات بالافصاح عن مسؤولياتها الاجتماعية وهذا بعد ان يتم تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل واضح للشركات.

14- دراسة (ثامر البكري وأبي سعيد الديهوجي، 2001)¹ مقال بعنوان: "إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية"

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في العراق، ومدى استيعاب المديرين العاملين في منظمات الأعمال لهذا المفهوم وقياس مدى إدراكهم وذلك وفقاً للمعايير الشخصية والمهنية التي يحملونها، فضلاً عن بيان انعكاس تطبيقاتها على واقع الممارسات العملية. قاما الباحثين في بداية بحثهما بصياغة إطار نظري عام لمضمون المفاهيم الثلاثة، اما في الجانب التطبيقي فقد شمل مجتمع البحث (20) شركة صناعية في العراق، وعبر استطلاع آراء عينة البحث والبالغة (94) مفردة من قادة هذه الشركات، توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- وجود علاقة معنوية بين السمات الشخصية للمديرين وفهمهم وإدراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- أن المفهوم الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية هو الأكثر قبولا للعينة المبحوثة من المديرين حيث أن أغلبية المديرين يعتمدون المفهوم الكلاسيكي كتوجه فكري وإداري في عملهم، ويتلخص المفهوم الكلاسيكي في أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تتمثل في استخدام الموارد والقيام بالانشطة المطلوبة لتحقيق أعلى ربح وبما ينسجم مع القوانين السائدة، وهذا الإدراك يعني أن الادارات العاملة في مجتمع الدراسة لازالت دون مسؤولية التفاعل والتوافق مع متغيرات العصر الحديث الحاصلة في مجال الفكر الاداري المعاصر.

¹ ثامر البكري، أبي سعيد الديهوجي، "إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 21، العدد 01، جامعة الدول العربية، 2001، ص ص 89-113.

الجدول (1-2) ملخص الدراسات السابقة باللغة العربية

الرقم	الدراسة	طبيعتها	هدفها	المجتمع	العينة	الأداة	النتائج
01	دراسة (عادل نقموش، 2021)	مقال	إدراك مستخدمي المؤسسات الاقتصادية لعناصر المسؤولية الاجتماعية	موظفي مؤسسة مطاحن الحفنة بالمسيلة	60 موظف	استبيان	المؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير واعية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية
02	دراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020)	مقال	مدى إدراك مدراء الانتاج والعمليات لمبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز	مدراء الانتاج والعمليات شركة كرونجي لانتاج المشروبات الغازية والمياه الصحية والعصائر المحدودة بالعراق	45 مدراء الانتاج والعمليات	استبيان	- وجود ادراك من قبل مدراء الانتاج والعمليات في الشركة المبحوثة بخصوص مبادئ المسؤولية الاجتماعية - وجود فروق في اجابات الافراد المبحوثين بخصوص مبادئ المسؤولية الاجتماعية
03	دراسة (أمينة صديقي، 2020)	مقال	مدى اهتمام العاملين في المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز -وحدة المدينة- بالمسؤولية والاجتماعية	موظفي المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز -وحدة المدينة-	50 موظف	استبيان	- يدرك موظفي المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز، لأهمية البعد القانوني والبيئي للمسؤولية الاجتماعية.

04	دراسة (أسيل نوري وزهر محمد، 2020)	مقال	قياس توافر متطلبات إدراك المسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصالح	موظفي الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية بالعراق	/	استبيان	- بلغ معدل التطبيق لمتطلب أدراك المسؤولية الاجتماعية وأشراك اصحاب المصالح (3.28)
05	دراسة (عبد إبراهيم السيد، 2020)	مقال	مدى ادراك طلاب أقسام المحاسبة لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات	طلاب أقسام المحاسبة في الجامعات السعودية	94 طالب	استبيان	- وجود ضعف في ادراك هؤلاء الطلاب لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات
06	دراسة (محمد بلعربي، 2020)	أطروحة	واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات	مسيري الشركات الناشطة بولاية غرداية الجزائر	52 مسير	استبيان+مقابلة	-عدم وجود خلفية عن مصطلح المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب أفراد مجتمع الدراسة، مع وجود تطبيق العديد من اتجاهاتها
07	دراسة (سمية دربال، 2019)	أطروحة	ايراز مختلف دوافع التزام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية	مسيري مؤسسات اقتصادية جزائرية	52 مسير	استبيان	- يوجد إدراك لدى مسيري المؤسسات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

08	دراسة (بوتيارة عنتره وواضح فواز وحسين الأمين شريط، 2016)	مقال	إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	مسؤولي وإداري مصانع البلاط في ولاية المسيلة الجزائر	42 مسؤول	استبيان	- يوجد إدراك مرتفع مسؤوليتها الاجتماعية بشكل مرتفع في المجالات الأربعة المدروسة
09	دراسة (نعيمه القطراني، 2016)	رسالة ماجستير	معرفة معوقات تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية	مديري المنظمات النفطية الليبية التابعة للمؤسسة الوطنية للنفط	130 مدير	استبيان	- لا توجد رؤية واضحة من قبل المنظمات قيد الدراسة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
10	دراسة (محمد فلاق، 2014)	أطروحة	التعرف على مدى إدراك وتبني المسؤولية الاجتماعية ومدى مساهمتها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لدى منظمات الأعمال	مدراء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000 في الجزائر	218 مدير	استبيان+مقابلة	- إدراك المسؤولية الاجتماعية كان متوسطا على العموم لدى مدراء المؤسسات محل الدراسة
11	دراسة (فؤاد الحمدي، 2008)	مداخلة	التعرف على مدى ادراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية اليمينية المسؤولية الاجتماعية	المديرين العاملين في عينة المنظمات الصناعية اليمينية	45 مدير	استبيان	- يوجد إدراك لدى مدراء المؤسسات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

12	دراسة (فاطمة المنصوري، 2006)	رسالة ماجستير	وبيان العوامل المؤثرة في مستوى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية	مدراء المنظمات الصناعية الليبية العاملة في مدينة بنغازي	45 مدير	استبيان	- يوجد إدراك لدى مدراء المنظمات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
13	دراسة (محمد مجيد هاتف، 2006)	مقال	بيان مستوى إدراك الشركات الصناعية العراقية للمسؤولية الاجتماعية وفي جميع مجالات المسؤولية الاجتماعية	أفرد من الإدارات الوسطى والعليا ل (30) شركة صناعية ومن القطاعات الثلاث (عام، خاص، ومختلط)	38 مشارك	استبيان	- تدرك إدارات الشركات الصناعية العراقية مسؤولياتها الاجتماعية بشكل مرتفع في المجالات الأربعة المدروسة
14	دراسة (ثامر البكري وأبي سعيد الديهوجي، 2001)	مقال	التعرف على مدى إدراك المديرين للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في العراق	المديرين في الشركات الصناعية في العراق	94 مدير	استبيان	- وجود علاقة معنوية بين السمات الشخصية للمديرين وفهمهم وإدراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على تحليل الدراسات السابقة.

المطلب الثاني: عرض الدراسات السابقة باللغات الأجنبية

على نفس النهج في المطلب السابق، فقد تم الحصول على عديد الدراسات الأجنبية السابقة والمتعلقة موضوع دراستنا، وقد قمنا باختيار ما يكون مناسب ويخدم متغيرات الدراسة، نطرحه فيما يلي:

-1 دراسة¹ (Öznur Bozkurt, 2019) مقال بعنوان:**Social Responsibility AWARENESS IN ENTREPRENEURSHIP SAMPLE OF DÜZCE PROVINCE**

هدفت الدراسة الى معرفة وتقييم وجهات نظر رواد الأعمال الناشطين في محافظة دوزجي بدولة تركيا، تجاه أنشطة المسؤولية الاجتماعية حيث تم الاعتماد أسلوب المقابلة شبه المنظمة من أجل جمع البيانات، وتمت دراسة البيانات بطريقة التحليل الوصفي، وقد تم التوصل للنتائج التالية:

- نتيجة لتحليل البيانات لوحظ بأن اتجاهات المشاركين اتجاه المسؤولية الاجتماعية كانت منخفضة.
- أن ممارسة المسؤولية تقتصر غالباً على أسلوب التبرعات ويكون في فترات معينة فقط.
- لا يستوعب رواد الأعمال معنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل كامل.
- أن رواد الأعمال يرون ضرورة تنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية لأغراض الدعاية وبالتالي خصم تكلفة المسؤولية الاجتماعية من الضرائب.

-2 دراسة² (M. Suto and H. Takehara, 2018) مقال بعنوان:**Corporate Social Responsibility Awareness and Practices of Japanese Corporations**

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على عمل الشركات اليابانية من تماشي الادراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات مع الممارسات المسؤولة الفعلية في الأعمال التجارية والتمويل منذ العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، قبل تقديم التحليلات التجريبية للاستكشاف في القضايا ذات الصلة، فمن الضروري تقديم النهج

¹ Öznur Bozkurt, **SOCIAL RESPONSIBILITY AWARENESS IN ENTREPRENEURSHIP: SAMPLE OF DÜZCE PROVINCE**, 18th INTERNATIONAL BUSINESS CONGRESS, 02-04 MAYIS OSMANIYE, TÜRKIYE, 2019, p.p. 209-219.

² M. Suto and H. Takehara, **Corporate Social Responsibility Awareness and Practices of Japanese Corporations**, Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2018, p.p. 15-36.

النظري للمسؤولية الاجتماعية للشركات ورسم سياق الإدراك بالمسؤولية الاجتماعية وممارسة الشركات اليابانية، تم التوصل الى النتائج التالي:

- توجد فجوات قائمة بين وعي المديرين بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وانشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الممارسة في اليابان اواخر العقد الاول من القرن الحادي والعشرين.
- بشكل عام كان عند الشركات قلق كبير نسبيا بشأن الحفاظ على البيئة ولكن قد الى بعض جوانب أنشطة المسؤولية الاجتماعية على أنها مختلفة عالميا مؤخرا خلال 2014 و2015.
- هناك تحسن بشكل ملحوظ بخصوص الإدراك بالمسؤولية الاجتماعية لدى الشركات منذ اواخر العقد الأول من القرن الحادي والعشرين.

3- دراسة¹ (Nahg Alawi & Abdullah M & Khaled Aljaaidi, 2017) مقال بعنوان:

Managers' Perception of Corporate Social Responsibility: Evidence from Least Developed Country

هدفت هذه الدراسة تصور المسؤولية الاجتماعية للشركات في واحدة من البلدان الأقل نمو(اليمن)، تساهم هذه الدراسة في أدبيات المسؤولية الاجتماعية للشركات وذلك من خلال التحقيق في مستوى إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات في (27) شركة مساهمة يمنية أكثر نشاطا، وقد تم استخدام (60) استبيان استقصائي لجمع البيانات من المدراء التنفيذيين والمدير المالي ومدراء التسويق/ العلاقات العامة والأعمال الخيرية / مدراء المسؤولية الاجتماعية للشركات فيما يتعلق بتحديد مستوى إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات، توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- أن المديرين لديهم درجة عالية من إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- أن القيم الاسلامية لدى الباحثين تعزز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في اليمن.
- أن الدراسة ساهمت في سد الفجوات في الأدبيات السابقة بتقديم أدلة تجريبية وأفكار جديدة حول المعرفة الاجتماعية للشركات التي يمكن استخدامها لزيادة تحسين ادراك المسؤولية الاجتماعية للشركات في اليمن والاقتصاديات المماثلة.

¹ Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi, **Managers' Perception of Corporate Social Responsibility: Evidence from Least Developed Country**, journal of economic additions, Vol(01), Issue(02), 2017, p.p. 275-292.

4- دراسة¹ (Mohammed Kassim, 2016) مقال بعنوان:**Corporate social responsibility in the hospitality industry: Five-star hotels at Medina, Saudi Arabia**

إدراك ومعرفة مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يتطلب فهم شامل للمسؤولين عن الأنشطة المتعلقة به، ويتطلب استكشاف وجهات نظرهم الكامنة وطريقة فهمهم له، تهدف هذه الدراسة الى فهم تصور المسؤولية الاجتماعية للشركات في فنادق الخمس نجوم في المدينة المنورة، بالمملكة العربية السعودية، وينطوي هذا على الوقوف على مدى تبني هذه الفنادق للمسؤولية الاجتماعية والمبادرات التي تنفذ من قبلها لتلبية متطلبات المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والبيئة والجهات المعنية الأخرى.

البحث هو دراسة استكشافية نوعية حيث تم استخدام طريقة المقابلات الشخصية القائمة على الأسئلة المفتوحة مع وجود قائمة ارشادية بموضوع الأسئلة والمقابلة التي تمت مع المديرين من مستويات مختلفة ممن يتولون ملف وأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في منظماتهم، توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، هو مفهوم يعتمد على الإدراك الشخصي والذي يتأثر بثقافة المسؤولين عنه والمعنيين به.
- أن الاختلافات في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الباحثين موجودة في كثير من الحالات حتى عندما كانت هناك قواسم مشتركة في نقاط معينة، فقد ظهرت درجات الاختلاف، بمعنى لا يوجد هناك قواسم مشتركة مطلقة في فهم الباحثين للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- إجماع من طرف العينة المبحوثة على ان المسؤولية الاجتماعية للشركات هي عملية طوعية ونشاط خيري، وكثيرا منهم من ربط المسؤولية الاجتماعية بالأخلاق.

¹ Mohammed Kassim, **Corporate social responsibility in the hospitality industry: Five-star hotels at Medina, Saudi Arabia**, strategy and development review, Vol(06), Issue(10), 2016, p.p. 91-115.

5- دراسة¹ (Bafer Zebari, Fatih C, Karwan Sherwani 2015) مقال بعنوان:

Awareness of Corporate Social Responsibility in Two Private Sectors Companies in Erbil

هدفت هذه الدراسة الى تحليل مدى إدراك القطاعات الخاصة في إقليم كردستان العراق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ومدى وعيهم بها، وكذلك معرفة ما إذا كانوا يشاركون في أنشطة اجتماعية، وماهي الأنشطة التي يشاركون فيها من منظور المجتمع ولجتمعه المحلي، لهذا الغرض تم استخدام طرق البحث الكمية والنوعية من خلال إجراء استبيان مسح باستخدام (13) عنصرا لتحليل وعي المسؤولية الاجتماعية للشركات في شركة كورك تيليكوم الخاصة، حيث كانت العينة مكونة من (55) موظفا ومديرا في الشركة، وتم إجراء مقابلة مع مدير (ترايدنت) شركة خاصة، توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- أن موظفي شركة كورك يدركون مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ويشاركون في أنشطتها.
- أن ادراك موظفي الشركة لا يشمل جميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية المختلفة.
- أنشطة المسؤولية الاجتماعية تتضمن تشجيع الموظفين على الانشطة الخيرية والتبرعات والاهتمام بالموظفين والصدق في وصف المنتج والتواصل والاستماع للمجتمع حول الشركة.
- الموظفين يهتمون بالقضايا البيئية مثل إعادة التدوير والمعلومات البيئية حول المنتج.

6- دراسة² (Muhammad Adnan, Abdurrahman Al-Aali, 2013) مقال بعنوان:

Awareness of Corporate Social Responsibility in an Emerging Economy

هدفت هذه الدراسة الى معرفة مستوى الادراك بالمسؤولية للشركات بين طلاب ماجستير إدارة الأعمال في جامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية، حيث تم إختيار طلاب ماجستير إدارة الأعمال لهذا البحث كونهم يمثلون مستقبلا قادة الأعمال التجارية، حيث تم مسح جميع طلاب ماجستير إدارة الأعمال الحاضرين، تم توزيع (204) استمارة استبيان، من أجل التحقيق في فهم أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية: البعد الاقتصادي، والبعد القانوني، والبعد الاخلاقي، والبعد الخيري، تم التوصل الى النتائج التالية:

¹ Bafer Abd Zebari, Fatih Cura, Karwan Hushyar Sherwani, **Awareness of Corporate Social Responsibility in Two Private Sectors Companies in Erbil**, International Journal of Social Sciences & Educational Studies, Vol(02), Issue(02), 2015, p.p. 66-73.

² Muhammad Adnan, Abdurrahman Al-Aali, Ahmed Ali Soliman, Omair Malik, Tanvir Farooq, **Awareness of Corporate Social Responsibility in an Emerging Economy**, Life Science Journal, Vol(10), Issue(04), 2013, p.p. 2229-2240.

- تم العثور على اختلافات وتباين كبير في وعي المبحوثين لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- كما أنه يوجد اختلافات بين اجابات المبحوثين تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية (الجنس، الخبرة المهنية، المنصب الاداري).

7- دراسة¹ (PHAM Duc Hieu, 2011) مقال بعنوان:

Corporate social responsibility: A study on awareness of managers and consumers in Vietnam

- هدفت هذه الدراسة الى معرفة تصور ووعي المديرين والمدبرين التنفيذيين عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكذلك ما إذا موقف المستهلكين الفيتناميين تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات إيجابيا، حيث كانت عينة الدراسة تقدر بـ (32) مسير وتم توزيع الاستبانات كأداة لجمع البيانات، لقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:
- أن نسبة كبيرة من المديرين لهم تصور ووعي بنسبة كبيرة حيث يوجد موقف إيجابي تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- أن تصور ووعي المستهلكين تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات منخفض.
- يوجد تناقض ما بين ما يقوله المديرون أنهم يفعلونه وما يفعلونه حقيقة، ومع ذلك فإن الرغبة في التعلم واكتساب المزيد حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- يعتقد المستجيبون بأن التنظيم والمشاركة في الأماكن العامة وأنشطة الرعاية الاجتماعية هي المسؤولية الاجتماعية للشركة، علاوة على ذلك ، يؤكد 75٪ من المديرين أن أنفقت الشركة تكاليف إضافية لتحسين العمل.
- غالبية المستجيبين (68٪) اعتقد ان الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات ، يمكن أن تحصل شركة مواتية وصورة ايجابية لدى المجتمع.

¹ PHAM Duc Hieu, **Corporate social responsibility: A study on awareness of managers and consumers in Vietnam**, Journal of Accounting and Taxation, Vol(03), Issue(08), 2011, p.p. 162-170.

8- دراسة¹ (Kenneth M, Bongo C, Chris Ogbechie, 2006) مقال بعنوان:

Corporate Social Responsibility (CSR) in Nigeria: western mimicry or indigenous practices?

هدفت هذه الدراسة الى تحري معنى ودوافع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في دولة نيجيريا، كون الدراسات في هذا المجال في نيجيريا يعاني ندرة نسبية خاصة في ظل كثرة الشركات متعددة الجنسيات العاملة في نيجيريا، حيث تشير الدراسة الى ان سلوك الشركات داخل مجتمع معين يتحدد من خلال التفاعل داخل التبادل الاجتماعي أي بين الشركات والأسواق والمجتمع، بحيث يتحدد سلوك الشركات بناء على هذا التفاعل، الذي يمكن اعتباره سلوكا مسؤولا اجتماعيا في منطقة ما قد لا يمكن تمييزه عن الآداب الاجتماعية العادية في منطقة أخرى، وبناء عليه فإن الشركات تبني اجتماعيا ويعكس سلوكها سلوكيات المجتمع الذي تندمج فيه، وفي هذا السياق تم فحص المسؤولية الاجتماعية للشركات في نيجيريا، لقد توصلت الدراسة الى ما يلي:

- ان فهم المسؤولية الاجتماعية وممارستها لدى المؤسسات عينة الدراسة في نيجيريا لا يزال الى حد كبير يعتبر شكلا من الأعمال الخيرية والإيثارية.
- ان اغلبية الشركات تمارس المسؤولية الاجتماعية باعتبارها امالا خيرية تهدف بها الى مواجهة تحديات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في نيجيريا حيث تنظر الشركات للمجتمع على انه ساحة للعمل الخيري.
- يعتقد غالبية المجتمع ان المسؤولية الاجتماعية للشركات هي احدى الطرق العديدة التي يمكن من خلالها للشركات اعادة اعادة جزء من ارباحها الى بيئتها المباشرة.
- هذه النتائج تختلف في كثير من الاحيان عن الفهم والممارسة الحاليين للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الاقتصاديات الغربية، حيث تتطور المسؤولية الاجتماعية الى ما هو ابعد من العمل الخيري.
- ان المسؤولية الاجتماعية للشركات تمثل بناء اجتماعي محلي يعزز المتطلبات الاجتماعية في نيجيريا.
- تقدم الدراسة اضافة هامة كون ان تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يلزم بالضرورة ان تتبع تقدما هرميا كما تنبأ بذلك به كارول، حيث تمثل المسؤولية الاقتصادية المرحلة الاولى من تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات في نموذج كارول، في حين أن المسؤولية الخيرية هي المرحلة الاخيرة من نضج المسؤولية الاجتماعية.

¹ Kenneth M Amaeshi, Bongo C Adi, Chris Ogbechie, Olufemi O Amao, **Corporate Social Responsibility (CSR) in Nigeria: western mimicry or indigenous practices?**, Journal of Corporate Citizenship, Vol(24), Issue(02), 2006, p.p. 83-99.

- في حالة نيجيريا تم التأكيد على أن المسؤولية الخيرية تمثل غالبية سلوكيات المسؤولية الاجتماعية في الشركات عينة الدراسة، وهذا لا يعني بأي بالضرورة أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات هي أكثر تقدماً في نيجيريا، لكنها تقدم الدعم لبعض الدراسات التي جادلت ضد توقعات كارول لتطور المسؤولية الاجتماعية للشركات.

9- دراسة¹ (Norhayah Zulkifli and Azlan Amran, 2006) مقال بعنوان:

Realising Corporate Social Responsibility in Malaysia: A View from the Accounting Profession

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستوى والادراك من قبل المحاسبين المحترفين في ماليزيا للمفاهيم والعناصر والوظائف الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد شملت عينة الدراسة (14) محاسباً محترفاً للحصول على وجهات نظرهم حول مستوى والإدراك للمسؤولية الاجتماعية وذلك باستعمال المقابلات المعمقة، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن هناك وعي وإدراكاً عاماً من قبل المحاسبين المحترفين بالمسؤولية الاجتماعية ومضامينها من مفهوم وعناصر ووظائف أساسية.
- وجود حالة إيجابية باتجاه التأكيد على المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الحالية جديرة بالثناء ويجب تعزيزها أكثر من أجل تحقيق الهدف من برامج المسؤولية الاجتماعية.
- هذا الإدراك لا يتوافق مع المستوى العام للوعي وتصورات المتخصصين في المحاسبة حول مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات.

¹ Norhayah Zulkifli and Azlan Amran, **Realising Corporate Social Responsibility in Malaysia: A View from the Accounting Profession**, Journal of Corporate Citizenship, Vol(24), Issue(02), 2006, p.p. 101-114.

10- دراسة¹ (Bala Ramasamy and Hung Woan Ting, 2004) مقال بعنوان:

A Comparative Analysis of Corporate Social Responsibility Awareness: Malaysian and Singaporean Firms

هدفت هذه الدراسة الى تحديد مستوى الادراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور مجموعة واحدة من أصحاب المصالح، حيث تم التركيز على فئة الموظفين في المنظمات المحلية في ماليزيا وسنغافورة، كما تتم دراسة خصائص المنظمات التي تظهر مستويات مختلفة من الادراك، حيث تتم عملية المقارنة بين تصور الموظفين لمستويات الادراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في المنظمات العاملة في ماليزيا وسنغافورة، توصلت الدراسة الى ما يلي:

- أن هناك مستوى منخفض من الادراك في كلا البلدين.
- على الرغم من أن الشركات السنغافورية تميل الى إظهار مستوى أعلى نسبيا من الادراك، إلا أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في الادراك بالمسؤولية الاجتماعية عند حساب الاختلافات في حجم الشركة والقطاع.
- تشير النتائج الى أن التركيز على تعليم المسؤولية الاجتماعية للشركات له تأثير هام جدا، لا سيما التأثير على الأداء المالي.

¹ Bala Ramasamy and Hung Woan Ting, **A Comparative Analysis of Corporate Social Responsibility Awareness: Malaysian and Singaporean Firms**, Journal of Corporate Citizenship, Vol(13), Issue(02), 2004, p.p. 109-123.

الجدول (2-2) ملخص الدراسات السابقة باللغة الفرنسية

الرقم	الدراسة	طبيعتها	هدفها	المجتمع	العينة	الأداة	النتائج أو التوصيات
01	دراسة (Öznur Bozkurt , 2019)	مقال	معرفة وتقييم وجهات نظر رواد الأعمال الناشطين في محافظة دوزجي تجاه أنشطة المسؤولية الاجتماعية	رواد الأعمال الناشطين في محافظة دوزجي تركيا	/	استبيان	- اتجاهات المشاركين اتجاه المسؤولية الاجتماعية كانت منخفضة
02	دراسة (M. Suto and H. Takehara , 2018)	مقال	التعرف على عمل الشركات اليابانية من تماشى الإدراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات مع الممارسات المسؤولة	مديري الشركات التجارية والتمويل اليابانية	/	استبيان	- توجد فجوات قائمة بين وعي المديرين بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الممارسة في اليابان
03	دراسة (Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi , 2017)	مقال	تصور المسؤولية الاجتماعية للشركات في واحدة من البلدان الأقل نمو (اليمن)	المدرء التنفيذيين والمدير المالي ومدراء التسويق في الشركات اليمنية	60	استبيان	- أن المديرين لديهم درجة عالية من إدراك إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات.
04	دراسة (Mohammed Kassim , 2016)	مقال	فهم تصور المسؤولية الاجتماعية للشركات في فنادق الخمس نجوم	مدراء فنادق الخمس نجوم في المدينة المنورة بالسعودية	/	مقابلة	- الإدراك للمسؤولية الاجتماعية يتأثر بثقافة المسؤولين عنه

والمعنيين به.				في المدينة المنورة			
- أن موظفي شركة كورك يدركون مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ويشاركون في أنشطتها. - أن ادراك موظفي الشركة لا يشمل جميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية المختلفة.	استبيان+مقابلة	55 موظف	موظفي شركة كورك تيليكوم بإقليم كوردستان العراق	تحليل مدى إدراك القطاعات الخاصة في إقليم كردستان العراق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ومدى وعيهم بها	مقال	دراسة (Bafer Abd Zebari, Fatih Cura, Karwan Hushyar (Sherwani, 2015	05
- يوجد اختلافات وتباين كبير في وعي المحوثن لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات. - يوجد اختلافات بين اجابات المحوثن تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية (الجنس، الخبرة المهنية، المنصب الاداري).	استبيان	204 طالب	طلاب ماجستير إدارة الأعمال في جامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية	معرفة مستوى الادراك بالمسؤولية للشركات بين طلاب ماجستير إدارة الأعمال في جامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية	مقال	دراسة (Muhammad Adnan, Abdulrahman Al-Aali, Ahmed Ali Soliman, Omair Malik, Tanvir Farooq, (2013	06
- أن نسبة كبيرة من المديرين لهم تصور ووعي بنسبة كبيرة حيث يوجد موقف إيجابي تجاه المسؤولية	استبيان	/	بعض المديرين والمديرين التنفيذيين للمنظمات الفيتنامية وبعض المستهلكين	معرفة تصور ووعي المديرين والمديرين التنفيذيين عن المسؤولية الاجتماعية للشركات	مقال	دراسة (PHAM Duc (Hieu, 2011	07

الاجتماعية للشركات.							
ان فهم المسؤولية الاجتماعية وممارستها لدى المؤسسات عينة الدراسة في نيجيريا يعتبرها شكلا من الأعمال الخيرية.	استبيان+مقابلة	/	موظفي بعض منظمات الأعمال في نيجيريا	تحري معنى ودوافع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في دولة نيجيريا	مقال	دراسة (Kenneth M Amaeshi, Bongo C Adi, Chris Ogbechie, Olufemi O Amao, 2006)	08
هناك وعي وإدراكا عاما من قبل المحاسبين المحترفين بالمسؤولية الاجتماعية ومضامينها من مفهوم وعناصر ووظائف أساسية	مقابلة	14 محاسب	المحاسبين المحترفين في ماليزيا	معرفة مستوى الادراك والادراك من قبل المحاسبين المحترفين في ماليزيا للمسؤولية الاجتماعية للشركات	مقال	دراسة (Norhayah Zulkifli and Azlan (Amran, 2006)	09
-هناك مستوى منخفض من الادراك في كلا البلدين. - لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في الادراك بالمسؤولية الاجتماعية	استبيان	/	فئة الموظفين في المنظمات المحلية في ماليزيا وسنغافورة	الى تحديد مستوى الادراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور مجموعة واحدة من أصحاب المصالح	مقال	دراسة (Bala Ramasamy and Hung Woan Ting, 2004)	10

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على تحليل الدراسات السابقة.

المبحث الثاني: مناقشة الدراسات السابقة وما يميز الدراسة الحالية

سنتطرق في هذا المبحث للدراسات السابقة بالمناقشة من حيث حدوثها والمتغيرات المعالجة فيها وطريقة جمع البيانات والطرق الاحصائية المستخدمة في تحليلها، وذلك بغية الاستفادة منها على أكمل وجه والاسترشاد بها ومعرفة أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين مع الدراسة الحالية.

وتجدر الإشارة الى أن النتائج التي توصل اليها الباحثون في الدراسات السابقة كانت مختلفة تبعا لعدة عوامل منها الدول التي أجريت فيها الدراسة، القطاع موضوع البحث، حجم العينة المدروسة، الفترة الزمنية التي أجريت خلالها الدراسة وكبعض الخصوصيات المتعلقة بكل دراسة.

المطلب الأول: مناقشة الدراسات السابقة

لقد تناولت أغلبية الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في هذا البحث متغير المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بالمفهوم العام، إلا أن هناك من الباحثين من درس المسؤولية الاجتماعية من حيث التنبئ لها وتنفيذها في المنظمات وهناك من تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من حيث الادراك بها، وفيما يلي مناقشة الأهم ما جاء في الدراسات السابقة.

الفرع الأول: مناقشة الدراسات السابقة باللغة العربية

سيتم التطرق في هذا الفرع الى مناقشة الدراسات السابقة العربية بناء على عدة جوانب كما يلي:

أولا: متغيرات الدراسة

تناولت أغلب الدراسات العربية لمتغير المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كمتغير وحيد بقياسه من خلال أبعاده وتوجهاته المختلفة، أو من خلال إعتبره كمتغير مستقل بربطه بالأداء في المؤسسات أو يتم ربطه بالتميز في المؤسسات، غير أن غالب الدراسات تتطرق لموضوع المسؤولية الاجتماعية من حيث الادراك، كما في دراسة (عادل نقموش، 2021) ودراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020) وكذلك دراسة (أمينة صديقي، 2020) وغيرها، وتمت المعالجة من حيث التنبئ كما في دراسة (محمد بلعربي، 2020) ودراسة (سمية دربال، 2019) وكذلك دراسة (نعيمة القطراني، 2016).

أما بخصوص أبعاد متغير المسؤولية الاجتماعية، فبعض الدراسات تناولته من حيث أبعاد كارول الأربعة (البعد الاقتصادي، والبعد القانوني، والبعد الأخلاقي، والبعد الخيري) على غرار دراسة (أمينة صديقي، 2020)، ويوجد من تناول المسؤولية الاجتماعية من خلال الأبعاد التالية (اتجاه المساهمين، العاملين، الزبائن،... المجتمع) على غرار دراسة (محمد بلعربي، 2020) ودراسة (سمية دربال، 2019) وكذلك دراسة (بوتيارة عنتره وواضح فواز وحسين الأمين شريط، 2016).

ونجد كذلك بخصوص معالجة الإدراك والتبني للمسؤولية الاجتماعية فهناك بعض الدراسات تعالج الإدراك بطريقة مباشرة على غرار دراسة (عادل نقموش، 2021) ودراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020) ودراسة (فؤاد الحمدي، 2008) ودراسة (فاطمة المنصوري، 2006).

وبعض الدراسات تعالج موضوع إدراك المسؤولية الاجتماعية بطريقة غير مباشرة، أي يندرج تحت التبني كما في دراسة (محمد بلعربي، 2020) ودراسة (سمية دربال، 2019) ودراسة (نعيمة القطراني، 2016)، أو يندرج الإدراك للمسؤولية الاجتماعية تحت متغير آخر كما في دراسة (محمد فلاق، 2014).

ثانياً: عينة ومجتمع الدراسة

إختلف مجتمع الدراسة حسب الاهداف المرجوة منها، غير أنها شملت مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية من بينها: قطاع الصناعات الغذائية دراسة (عادل نقموش، 2021) ودراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020)، وكذلك قطاع الطاقة دراسة (أمينة صديقي، 2020) ودراسة (نعيمة القطراني، 2016)، وكذا قطاع التعليم العالي دراسة (عبد إبراهيم السيد، 2020)، ونجد كذلك قطاع الأعمال الصناعية كما في دراسة (محمد بلعربي، 2020) ودراسة (بوتيارة عنتره وواضح فواز وحسين الأمين شريط، 2016) ودراسة (فؤاد الحمدي، 2008) ودراسة (فاطمة المنصوري، 2006) ودراسة (محمد مجيد هاتف، 2006)، أما دراسة (محمد فلاق، 2014) ودراسة (أسيل نوري وزهر محمد، 2020) فقد تم استهداف المؤسسات الحاصلة على شهادة الإيزو ISO، أما باقي الدراسات فقد كانت في مختلف القطاعات المختلطة.

أما بالنسبة لعينة الدراسة من ناحية العدد فقد تراوحت ما بين 45 فرد كأقل عينة وردت في دراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020)، وأكبر عينة شملت 130 فرد كما في دراسة (نعيمة القطراني، 2016).

أما بالنسبة للعينة من ناحية الأفراد المستهدفين فانقسمت ما بين الإدارة العليا أو الإدارة الوسطى أو بين الإدارتين معاً، أو حتى طلبة الجامعات، بالنسبة لاستهداف الإدارة العليا نجد في دراسة (فؤاد الحمدي، 2008) ودراسة (ثامر البكري وأبي سعيد الدهوجي، 2001) ودراسة (محمد فلاق، 2014)، أما بالنسبة لاستهداف الإدارة الوسطى فنجدها في دراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020) ودراسة (أمينة صديقي، 2020)، وهناك دراسة استهدفت الإدارتين معاً مثل دراسة (فاطمة المنصوري، 2006)، وكذلك بخصوص استهداف فئة الطلبة فنجد دراسة (عبد إبراهيم السيد، 2020).

ثالثاً: أدوات وطرق الدراسة

استخدمت أغلب الدراسات العربية الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة على غرار دراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020) ودراسة (أمينة صديقي، 2020)، وأحياناً يتم الاستعانة بالمقابلة كذلك مثل دراسة (محمد بلعربي، 2020) ودراسة (محمد فلاق، 2014).

أم الطرق الاحصائية المستعملة في التحليل فقد اشتركت أغلب الدراسات في استعمال الاحصاء الوصفي الذي يشمل: النسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، لوصف البيانات وفهمها، والاحصاء الاستدلالي المتمثل في معامل ارتباط الرتب لسبيرمان ومعامل بيرسون مثل دراسة (محمد بلعربي، 2020) ودراسة (محمد فلاق، 2014)، واختبار الدلالة الاحصائية لاختبار الفرضيات وبالنسبة لدراسة الفروقات فقد تم استخدام اختبار t-test و anova مثل دراسة (فاطمة المنصوري، 2006).

الفرع الثاني: مناقشة الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة باللغات الأجنبية لاحظنا ان أغلب الدراسات تركز على موضوع الادراك والفهم للمسؤولية الاجتماعية من طرف مختلف منظمات الاعمال واطاراتها وموظفيها مدراءها بل وحتى رواد الأعمال كما في دراسة (Öznur Bozkurt, 2019)، وكذلك طلاب الماجستير في الجامعات كما في دراسة (Muhammad Adnan, Abdulrahman Al-Aali, Ahmed Ali Soliman, Omair Malik,) (Tanvir Farooq, 2013).

فنجد الدراسات التي تعالج وتركز على الادراك بصفة مباشرة كما في دراسة (Mohammed Kassim,) (2016) ودراسة (Bafer Abd Zebari, Fatih Cura, Karwan Hushyar Sherwani, 2015).

كذلك الدراسات التي تعالج الإدراك للمسؤولية الاجتماعية فنجد دراسة (Bala Ramasamy and Hung)
(Woan Ting, 2004) ودراسة (Norhayah Zulkifli and Azlan Amran, 2006) ودراسة (PHAM Duc Hieu, 2011).

أما بالنسبة لأداة جمع البيانات فقد استخدمت أغلب الدراسات الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، وفيما يخص الأدوات الإحصائية المستعملة في التحليل فقد ركزت أغلب الدراسات على الإحصاء الوصفي الذي يشمل النسب المئوية، الوسط الحسابي والانحراف المعياري، وذلك لوصف البيانات وتقديم قراءة واضحة عن توجهها، أما بالنسبة لاختبار الفرضيات فقد استعملت الدراسات الإحصاء الاستدلالي الذي يشمل كل من معامل ارتباط الرتب لسبيرمان ومعامل بيرسون واختبار الدلالة الإحصائية، One Simple Test و One Way Anova

والملاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة الأجنبية أنها تتنوع في معالجة موضوع إدراك ووعي والفهم بالمسؤولية الاجتماعية في مختلف البيئات، مثل بيئة رواد الأعمال كما في دراسة (Öznur Bozkurt, 2019)، أما بيئة الأعمال فنجد دراسة (M. Suto and H. Takehara , 2018) ودراسة (Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi , 2017)، أما فيما يخص بيئة الخدمات فنجد دراسة (Mohammed Kassim, 2016) ودراسة (Bafer Abd Zebari, 2015)، كذلك بخصوص بيئة التعليم العالي فنجد دراسة (Fatih Cura, Karwan Hushyar Sherwani, 2015)، كذلك بحد فئمة أخرى وهي فئة المحاسبين فنجد دراسة (Malik, Tanvir Farooq, 2013)، كذلك بحد فئمة أخرى وهي فئة المحاسبين فنجد دراسة (Norhayah Zulkifli and Azlan Amran, 2006).

يلاحظ أن عدد من الدراسات تتفق على وجود مستوى مرتفع الى متوسط من الإدراك بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات كما في دراسة (Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi , 2017) ودراسة (PHAM Duc Hieu, 2011)، ويوجد عدد من الدراسات تتفق على مستوى منخفض وضعيف من الإدراك بالمسؤولية الاجتماعية كما في دراسة (Öznur Bozkurt, 2019) ودراسة (Bala Ramasamy and Hung Woan Ting, 2004).

يلاحظ كذلك أن عدد من الدراسات تتفق على وجود فجوات وتباين في قائمة بين وعي المديرين بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وانشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات كما في دراسة (M. Suto and H Takehara)

(2018,) ودراسة (Muhammad Adnan, Abdulrahman Aali, Omair Malik, 2013)، بل ان هناك من يعتقد ان المسؤولية الاجتماعية موضوع يقتصر على العمل الخيري فقط كما في دراسة (Kenneth M Amaeshi, Bongo C Adi, Chris Ogbechie, Olufemi O Amao, 2006). هناك دراسة تثبت أن للقيم الاسلامية دور في تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كما في دراسة (Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi , 2017).

المطلب الثاني: ما يميز الدراسة الحالية والفجوة البحثية

الفرع الأول: أوجه إستفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

-الاستفادة من الجانب النظري لمختلف المفاهيم وأحدث الدراسات في مجال المسؤولية الاجتماعية وأهمية إدراكها لدى منظمات الأعمال.

-الاستفادة من الجانب التطبيقي لبناء أداة الدراسة وطرق إستخدام الأساليب الاحصائية والمنهجية لتحليل نتائج الدراسة الميداني.

-تحديد الفجوة البحثية والاستفادة من مختلف الآفاق التي تفتحها الدراسات السابقة بعد التوصل الى نتائج هي بحاجة الى مزيد من البحث والدراسة.

-تنوع الدراسات السابقة بين تلك التي أجريت في البيئة المحلية والبيئة العربية والأجنبية سهل على الطالب تحديد هدف الدراسة والنقاط الواجب معالجتها في موضوع المسؤولية الاجتماعية.

الفرع الأول: ما يميز الدراسة الحالية

تتميز الدراسة الحالية في طريقة تناولها لموضوع إدراك المسؤولية الاجتماعية باعتباره خطوة ضرورية قبل المضي نحو فكرة التبني والتجسيد، وتم التركيز على المؤسسات الاقتصادية كنموذج واقعي لمنظمات الأعمال في الجزائر، حيث أن أغلب الدراسات حول المسؤولية الاجتماعية في الجزائر تتناولها من حيث التبني والتجسيد والادراج ضمن استراتيجية المنظمات مهمة بذلك الخطوة الاساسية او المشكل الذي يقف في وجهة السير الحسن لبرنامج المسؤولية الاجتماعية، فلا يعقل تبني برامج ليست ضمن الثقافة التنظيمية للمؤسسات، وحسب إطلاع الطالب فإنه لا توجد دراسة تناولت موضوع الادراك للمسؤولية الاجتماعية في ظل ظهور أزمة كوفيد-19 أو ما يعرف جائحة كورونا والتي ظهرت منذ بداية عام 2020 والتي تصادفت مع الدراسة الحالية، مما أعطى أهمية كبيرة

لموضوع المسؤولية الاجتماعية وحقيقة إدراكه وتطبيقه من طرف منظمات الأعمال، وحيث ان الأزمات تعتبر الاختبار الحقيقي والميداني لمختلف البرامج والمفاهيم على غرار المسؤولية الاجتماعية، فمعظم المنظمات تتبنى المسؤولية الاجتماعية تبنيًا نظريًا دون التطبيق الفعلي أو التطبيق الناقص لها كما في دراسة (Öznur Bozkurt, 2019) ودراسة (Kenneth M Amaeshi, Bongo C Adi, 2006).

أو نجد العكس من ذلك أي عدم وجود خلفية عن مصطلح المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب أفراد مجتمع الدراسة، مع وجود تطبيق العديد من اتجاهاتها (اتجاه المساهمين، العاملين،...، المجتمع) لديهم بما يعني وجود تطبيق نسبي للمسؤولية الاجتماعية من حيث لم يدري مجتمع الدراسة، كما في دراسة (محمد بلعربي، 2020).

وبالنظر إلى الدراسات السابقة والتي تناولت موضوع إدراك المسؤولية الاجتماعية، سيحاول الطالب ملاحظة واختبار إدراك المسؤولية الاجتماعية لدى اطارات المؤسسات الاقتصادية من خلال أبعادها حسب الباحث كارول (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاخلاقي، البعد الخيري) باعتبار معظم الدراسات السابقة تتناول موضوع المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعاد مختلفة مثل (المجتمع، البيئة، الزبائن، المالكين و/أو المساهمين، والعاملين)، حيث يرى الطالب أن الأبعاد التي وضعها كارول أكثر شمولاً للمسؤولية الاجتماعية، وأكثر وضوحاً عند إجراء الاستبيان على الأفراد، وهذا ما لمس ميدانياً، بالإضافة إلى أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال هرم كارول تبرز وتوضح بأن هناك تدرج في فهم وتطبيق للمسؤولية الاجتماعية بدايةً بالبعد الاقتصادي والذي يعتبر أساس الهرم الذي وضعه الباحث كارول، ثم يليه البعد القانوني كخطوة ثانية، ثم الارتقاء نحو البعد الثالث الاخلاقي، ختاماً بالبعد الرابع الخيري والذي يعتبر رأس الهرم والذي من خلاله تتوج المسؤولية الاجتماعية بفكرة مفادها بأن الأعمال الخيرية ليست مجرد أعمال شكلية تقوم بها المنظمة بل هي نتاج مراحل وقناعات ترسخ مع الوقت ضمن الثقافة التنظيمية لدى أفراد المنظمة وبالتالي تصبح ثقافة راسخة بضرورة التبنّي الحقيقي للأعمال الخيرية واندماج المنظمة مع المجتمع ومشاركته كما لو أنها جزء لا يتجزأ من المجتمع محققة بذلك الاستدامة.

كذلك الدراسة الحالية تتميز بكونها تطرقت لمصدر إدراك الاطارات عينة الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية، فعلى حد إطلاع الطالب فإنه لم يسبق للدراسات السابقة أن وضعت فقرات خاصة ضمن الاستبيان تستطلع عن مصادر إدراك مفهوم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية، اما الدراسة الحالية فقد وضعت فقرة خاصة بذلك مثل مصدر التعرف على مصطلح المسؤولية الاجتماعية كون مصدر المعرفة عن طريق وسائل الاعلام او الجامعات او مؤسسة العمل نفسها...الخ.

الفرع الثاني: الفجوة البحثية

بعدما تم استعراض ومناقشة مختلف الدراسات السابقة وتفحص لجوانبها النظرية والتطبيقية تبين أن هناك فجوة بحثية تمكن الدراسة الحالية من استغلالها والانطلاق لمعالجتها كما في الجدول:

الجدول (2-3) الفجوة البحثية

الدراسات السابقة	الفجوة البحثية	الدراسة الحالية
-تركيز الدراسات السابقة في البيئة الجزائرية على تبني وتطبيق المسؤولية الاجتماعية.	-جميع الدراسات في البيئة الجزائرية لم تركز على موضوع إدراك المسؤولية الاجتماعية بشكل رئيسي ويتم تناوله ضمنيا.	-ركزت الدراسة الحالية بشكل رئيسي على توافر أهمية الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى العينة، وقياس مستواه، بالإضافة دراسة الفروق وتحديدتها.
-أجريت معظم الدراسات السابقة في ظل ظروف تتميز بالاستقرار نوعا ما.	-لاتوجد دراسة أجريت عن إدراك المسؤولية الاجتماعية في ظل أزمة كوفيد-19، في حدود اطلاع الطالب.	-الدراسة الحالية أجريت في ظل ظهور أزمة كوفيد-19
-تركيز معظم الدراسات السابقة على قياس الإدراك دون تحديد مصدره لدى أفراد العينة المدروسة.	-لاتوجد دراسة تعرضت لمصادر إدراك العينات المدروسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، في حدود اطلاع الطالب.	-الدراسة الحالية حددت مصدر ادراك المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد العينة.
-تركيز معظم الدراسات السابقة على الإدراك ومستواه دون مراعاة المقارنة بين مختلف المنظمات ضمن نفس الدراسة إن وجدت.	-ندرة الدراسات التي تقارن الإدراك ومستواه بين مختلف المؤسسات المدروسة في ذات الدراسة.	-الدراسة الحالية أجرت مقارنة ضمنية بين طبيعة إجابات أفراد العينة المبحوثة حسب مؤسسة العمل.

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على تحليل الدراسات السابقة.

خلاصة الفصل:

حاولنا في هذا الفصل استعراض الدراسات السابقة التي تم الاعتماد عليها في هذا البحث، من خلال تقسيمها إلى دراسات باللغة الأجنبية ودراسات باللغة العربية، وقد وجد الطالب أن كل الدراسات من تناولت موضوع إدراك المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعاد مثل (المجتمع، البيئة، الزبائن، المالكين و/أو المساهمين، والعاملين)، في حين أن الدراسة الحالية تتناول حسب الباحث كارول (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاخلاقي، البعد الخيري)، بالإضافة إلى مختلف القطاعات (الانتاجية والخدمية).

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في أمور عديدة منها ما تعلق بالمنهج المتبع الذي اعتمد على الوصف والتحليل، وأيضا فيما يخص قياس متغير المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها المستعملة في مختلف الأبحاث، واستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة، كما استفادت دراستنا الحالية من طرق المعالجة الإحصائية التي وردت في الدراسات السابقة لا سيما منها ما تعلق بالإحصاء الوصفي للتعرف على البيانات وعرضها والإحصاء الاستدلالي لاختبار الفرضيات ومعرفة العلاقات ومدى قوتها وثباتها.

ومن خلال هذا الفصل تم وضع حجر الأساس للدراسة التطبيقية التي تلي هذا الفصل من خلال عرض الأدوات والطريقة المستعملة لمعالجة إشكالية الدراسة، ليتم بعد ذلك عرض النتائج ومناقشتها.

الفصل الثالث:

الطريقة والأدوات

تمهيد الفصل:

بعد أن قمنا بوضع أساس نظري لمتغيرات البحث لضبط المفاهيم المتناولة في بحثنا جيدا في الفصل الأول، وعرض أهم الدراسات السابقة التي استعملها الطالب في الفصل الثاني لمعرفة أين تقع دراستنا بين الدراسات المشابهة وما هي الإضافة التي يمكن أن تقدمها، يأتي الفصل الثالث الذي يعتبر من أهم المراحل المنهجية في طريقة IMRAD حيث يخصص له فصل أو مبحث بأكمله، وهو يتعلق بالطريقة والأدوات (إحصائية أو غيرها) التي سيستعملها الطالب لحل مشكلة البحث والإجابة عن تساؤلاته والتحقق من الفرضيات نفيًا أو إثباتًا.

تبرز أهمية فصل الطريقة والأدوات في كونه يحدد هل الطالب قد وفق في اختيار الأساليب الملائمة لبحثه وبالتالي تكون إجابته عن الإشكالية موضوعية أو العكس، لأنه وحتى لو تشابه المتغيرات والدراسات الميدانية فإن الطريقة التي تصلح لإجراء بحث ما قد لا تصلح لمعالجة بحث مشابه، لذا وجب الاهتمام بالأدوات والطرائق التي تعالج بها إشكالتنا جيدا، اخذين في الحسبان طبيعة المتغيرات ومجتمع وعينة الدراسة ومدى ملاءمة الأساليب الإحصائية وقدرتنا على التحكم فيها واستعمالها.

قام الطالب بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين: الأول يتناول طبيعة الدراسة الميدانية وكيفية إجرائها كمجتمع الدراسة والعينة المختارة، ومصادر البيانات ونموذج الدراسة، والثاني خاص بالأساليب الإحصائية المستعملة والكيفية التي قام بها الطالب ببناء الأداة الرئيسة في دراسته وهي الاستبانة كما هو موضح:

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية وطريقة إجرائها

المبحث الثاني: طرق المعالجة الإحصائية وبناء وتطوير أداة الدراسة

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية وطريقة إجرائها

من خلال استطلاع وجهة نظر عينة الدراسة بالمؤسسات محل الدراسة قصد إسقاط الإطار النظري لموضوع الدراسة على أرض الواقع، والذي يتطلب كخطوة أولى توفير إطار منهجي واضح يحدد الأدوات والقواعد الأساسية التي يمكن من خلالها إجراء الدراسة الميدانية والإجابة عن فرضيات البحث، وذلك من خلال اختيار الأدوات الإحصائية المناسبة التي تتلاءم مع أهداف البحث، وتحديد العينة وطريقة جمع البيانات.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتناول هذا المطلب عرض سريع للمؤسسات محل الدراسة المتبعة والتعرف على مجتمع وعينة الدراسة، وذلك من أجل توضيح الرؤية بشكل مفصل عن المجتمع والعينة المراد دراستها.

أولاً: نبذة عامة عن المؤسسات محل الدراسة

1. مؤسسة اتصالات الجزائر¹

وعيا منها بالتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، باشرت الدولة الجزائرية منذ سنة 1999 بإصلاحات عميقة في قطاع البريد والمواصلات، وقد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000، جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة على نشاطات البريد والمواصلات وكرس الفصل بين نشاطي التنظيم واستغلال وتسيير الشبكات، وتطبيقا لهذا المبدأ، تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا وماليا ومتعاملين، أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات المالية البريدية متمثلة في مؤسسة "بريد الجزائر" وثانيهما بالاتصالات ممثلة في "اتصالات الجزائر".

وفي إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في شهر جوان 2001 بيع رخصة لإقامة واستغلال شبكة للهاتف النقال وأستمر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخص تتعلق بشبكات VSAT وشبكة الربط المحلي في المناطق الريفية. كما شمل فتح السوق كذلك الدارات الدولية في 2003 والربط المحلي في المناطق الحضرية في 2004، وبالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في 2005، وذلك في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية ولقواعد المنافسة، وفي نفس الوقت، تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الأساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم.

¹ <http://www.algeriatelecom.dz/ar/page/le-groupe-p2> le: 30/05/2021.

2.1. أهدافها:

ثلاث أهداف أساسية يعتمد عليها مجمع اتصالات الجزائر سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة وهم (الجودة، الفعالية، نوعية الخدمات) وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

3.1. الإطار القانوني:

SPA اتصالات الجزائر، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر، تأسست وفق قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أغسطس أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات، فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية إقتصادية أطلق عليها إسم " اتصالات الجزائر"، وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام مؤسسة عمومية إقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤسسة ذات أسهم براسمال اجتماعي دينار جزائري والمسجلة في المركز السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 المقدر ب 115.000.000.000,00 دج، تحت رقم B.001808302.

4.1. قانون 03/2000 وميلاد اتصالات الجزائر:

نص القرار 2000/03 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، إذ وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة، لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات، بعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال تبعت القرار 200/03، أضحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003.

كان على اتصالات الجزائر وإطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال، لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت

الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، ومجبرة على إثبات وجودها في عالم ليرحم، فيه المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.

5.1. مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية الجلفة¹

تأسس فرع اتصالات الجزائر بالجلفة سنة (2003) أي بعد تقسيم قطاع البريد والمواصلات، وهي عبارة عن مؤسسة عمومية خدمتية ذات طابع تجاري، تعمل على التسيير والتنسيق بين الوكالات التجارية والمراكز التقنية التابعة لها لضمان خدمات ذات نوعية، وزيادة الإنتاجية وتحسين الأداء الكلي للمؤسسة، كانت تسمى في بداية بالوحدة العملية إلى غاية (2010) تم تغيير إسمها إلى المديرية العملية للاتصالات وهي الآن تابعة إلى المديرية العامة بالجزائر العاصمة.

1.5.1 أهدافها:

- تركيب وتوسيع الشبكة الهاتفية للثابت عبر كامل تراب الولاية.
- رفع نسبة تحصيل الديون الاستحقاقات الهاتفية إلى (85%).
- القيام بالحملات الإعلانية والاشهارية لزيادة عدد المشتركين في خدمات الهاتف والإنترنت.
- إصلاح الأعطال التي تمس خطوط المشتركين فضلا عن المتابعة اليومية لشبكة الألياف البصرية.
- تزويد المؤسسات العمومية والشركات بالخدمات الاتصالات والتجهيزات التي تستخدم في نقل المعطيات
- تزويد المديرية العامة بالإحصائيات الأسبوعية والشهرية والسنوية وبالمعطيات والمعلومات التي تتعلق بالمشاريع المستقبلية.

2.5.1 خدماتها:

- خدمة الهاتف الثابت.
- خدمات الإنترنت ذات التدفق العالي التدفق "ADSL".

¹ معلومات من المديرية العملية للاتصالات الجزائر بولاية الجلفة، أفريل 2021.

- خدمات الاتصالات وتشكيل شبكات المحلية (الإنترانت).
- خدمة الخطوط الخاصة "liaison specialiste".
- خدمات ما بعد البيع للزبائن التي تتعطل أجهزهم مثل: المودم
- خدمة البطاقات المسبقة الدفع بجميع أنواعها.
- الخدمات والمزايا المجانية التي يستفيد منها كل زبون أو مشترك مثل: ميزة النداء الثاني، الفاتورة المفصلة
- التعاقد مع الأكشاك المتعددة الخدمات "KMS" والمخادع الهاتفية وغيرها ...

2. مؤسسة سونلغاز¹

تعتبر مؤسسة سونلغاز من بين أهم المؤسسات الاقتصادية الوطنية، وذلك لأنها تملك العديد من الامتيازات التي جعلتها تتفوق بشكل كبير في هذا المجال، حيث تحتكر إنتاج الكهرباء ونقلها وتوزيعها في الجزائر، وكذلك نقل وتوزيع الغاز الطبيعي كما أنها ساهمت في رفع مستوى توزيع الكهرباء في البلاد بأقل من 50٪ منذ يوم تأسيسها عام 1969 كما تعد مؤسسة سونلغاز أكبر مرفق كهربائي على صعيد العالم العربي ككل، كما أنها تحتل المرتبة الرابعة بعد الشركات السعودية والمصرية والكويتية، فهي تمثل رقما صعبا في السوق الاقتصادية إذ بلغ مجمل أعمالها أكثر من 43 بليون دينار جزائري (حوالي 600 مليون دولار أمريكي) في سنة 1999 بالنسبة لقطاع الكهرباء، أما بالنسبة لقطاع الغاز فقد وصل رقم أعمالها فيه أكثر من سبعة بلايين دينار جزائري ما يعادل 97 مليون دولار أمريكي، زيادة على كل هذا فإنها تتميز ببيع الكهرباء والغاز بأسعار منخفضة وذلك بدعم من الدولة التي تبقى المستثمر الوحيد إلى حد الآن، ورغم فتح رأس مال الشركة على شكل أسهم فقد وصلت اليد العاملة في مؤسسة سونلغاز إلى أكثر من 21 ألف عامل من بينهم حوالي ثلاثة آلاف موظف وسبعة آلاف رئيس فريق و11 ألف عامل.

1.2. نشأتها:

إن نشأة مؤسسة سونلغاز تعود إلى العهد الاستعماري، حيث كانت شركة احتكارية تابعة لفرنسا تدعى مؤسسة الكهرباء والغاز (E G A) كان ذلك في: 05/06/1947، وبعد استقلال الجزائر بقيت كما هي إلى

¹ <https://www.spe.dz/index.php/ar/> le: 30/05/2021.

غاية 1969/06/28 حيث شملها قرار التأميم نظرا للخراب الذي خلفه الاستعمار الفرنسي، وبصدور الأمر 59-69 تم حل مؤسسة كهرباء وغاز الجزائر وظهر ما يسمى بالشركة الوطنية للكهرباء والغاز (I.C.E.P) ومع مطلع التسعينات وبالضبط في سنة 1991م، تغير طابع المؤسسة إلى شركة ذات طابع صناعي وتجاري وفقا لإصلاحات اقتصادية المستهدفة آنذاك.

2.2. أهم المراحل التي مرت بها هذه المؤسسة¹:

- مرحلة ما بعد الاستقلال (1962-1969): في هذه المرحلة سارت مؤسسة سونلغاز على نفس الوتيرة التي كانت تسيير عليها مؤسسة الكهرباء والغاز الفرنسية.
- مرحلة التسيير الاشتراكي (1969-1990): بعد حل مؤسسة كهرباء وغاز الجزائر تم إنشاء الشركة الوطنية للكهرباء والغاز، وفي هذه المرحلة أنشأت مجموعة من الشركات الوطنية لتكون بمثابة المحرك للتحويل الذي عرفته البلاد، وفي سنة 1983 تمت إعادة الهيكلة لشركة سونلغاز أدت إلى تحويل ستة وحدات إلى مؤسسات عمومية قائمة بذاتها لكنها تابعة لسونلغاز هي:
 - كهريف KAHIRIF أشغال الكهرباء الريفية.
 - كهريب KAHRAKIB تختص بالأشغال الكهربائية.
 - كاناغاز KANAGAZ إنجاز قنوات نقل وتوزيع الغاز.
 - إينارغا INERGA بناء الهياكل الإدارية لسونلغاز.
 - أتركيب ETRKIB تركيب المعدات في مختلف المحطات.
 - أم س AMC مؤسسة صناعة عدادات وأجهزة القياس والمراقبة (تطبق بالعلمة).
- مرحلة التسعينات: في هذه المرحلة برز نظام قانوني جديد يتمشى مع معطيات المحيط حيث تحولت شركة الكهرباء والغاز إلى هيئة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، وهذا بموجب المرسوم التنفيذي 91-475 المؤرخ في 1991/12/14 الأمر الذي سمح للمؤسسة بالتححر شيئا فشيئا من تدخل الدولة.

¹ <https://www.sonelgaz.dz/fr> le:31/05/2021

وبعد ظهور المرسوم الرئاسي 195-02 المؤرخ 2002-06-01 حيث تغير بموجبه النظام القانوني للشركة وأصبحت شركة ذات أسهم الأمر الذي أعطاهما دفعا كبيرا للتنظيم والإنتاج والتحرر في العمل فمؤسسة سونلغاز تتكفل بتوفير الطاقة الكهربائية وتوزيع الغاز عبر كامل التراب الوطني.

3.2. مهام وأهداف مؤسسة سونلغاز:

1.3.2. المهام: هناك مهام تسييرية وأخرى تقنية.

أ/ المهام التقنية:

- إنجاز الدراسات التقنية والتكنولوجية والاقتصادية والمالية المطابقة لهدفها.
- تحديد سياستها لبيع وترويج الطاقة الكهربائية والغازية في البلاد.
- الترقية والاهتمام بكل الوسائل الجديدة لاستغلال الطاقة الغازية والكهربائية وتنمية كل ما يتصل بهدفها الاجتماعي مثل: البحوث والاستكشافات التكنولوجية في مجال الإنتاج ، النقل ، والتوزيع.

ب/ المهام التسييرية:

- إنتاج، النقل، التوزيع وتجارة الطاقة الكهربائية داخل الجزائر ونحو الخارج.
- نقل الغاز لأجل احتياجات السوق الوطني وتوزيعه.
- المساهمة في تجارة الغاز بواسطة قنوات داخل الجزائر ونحو الخارج.
- خلق فروع و أخذ مساهمات في الشركات الاقتصادية الموجودة في الجزائر وفي الخارج.

2.3.2 الأهداف:

- ضمان توزيع عمومي للغاز بأخذ بعين الاعتبار عوامل الأمن مهما كان السعر.
- ضمان إنتاج وتوزيعا لكهرباء ذات الجودة.
- تخطيط برنامج المؤسسة السنوي.

• القيام بعمليات البيع والتركيب والصيانة الكهرومنزلية والغازية.

• محاولة تقليص الديون.

• تحقيق الهدف العام المتمثل في توفير الخدمة العمومية.

4.2. تعريف مديرية التوزيع بالجلفة:¹

إن مديرية الجلفة هي مديرية جهوية تابعة للمديرية العامة سونلغاز توزيع الوسط S.D.C_ الموجود مقرها حاليا بالبلدية، كانت سونلغاز الجلفة سابقا تابعة لمركز المدية ، ثم استقلت عام 1977 وأصبح يعمل على تغطية كل قطاع الولاية ، وفي جويلية سنة 2004 ظهر تنظيم جديد أعطى حرية أكثر للمركز ليتحول إلى مديرية، الأمر الذي منح لهذه الأخيرة موقعا استراتيجيا هاما ومن ثم فإن مديرية التوزيع بالجلفة أصبحت تقوم بتسيير الكثير من الزبائن في مجالي الكهرباء و الغاز.

1.4.2 مهام مديرية التوزيع:

• إيصال الكهرباء والغاز للزبائن الجدد.

• تسيير منشآت توزيع الطاقة الكهربائية .

• تطبيق السياسة التجارية للمؤسسة .

• استمرارية توزيع الطاقة الكهربائية و الغازية .

3. مؤسسة نפטال²

نفطال هي شركة مساهمة (SPA) برأس مال قدره 40.000.000.000 دينار جزائري، تاريخيا وبالضبط بعد استقلال الجزائر كان نشاط التخزين وتوزيع المحروقات من مهام مؤسسة سونطراك الى ان اصدر مرسوم رقم 101/80 في 06 افريل 1980 والذي اقتضى إنشاء المؤسسة الوطنية لتكرير وتوزيع المنتجات

¹ معلومات من مديرية التوزيع بولاية الجلفة، أفريل 2021.

² <https://www.naftal.dz/fr/> le: 31/05/2021.

البتروولية (ERDP) بدأت المؤسسة نشاطها في الفاتح جانفي 1982 واهتمت بصناعة وتكرير وتوزيع المنتجات البتروولية، عدلت وقسمت فيما بعد وفق المرسوم رقم 87/789 في 25 اوت 1987 الى مؤسستين:

1- مؤسسة مختصة في تصفية وتكرير البترول نפטاك - (NAFTEC)

2- مؤسسة مختصة في توزيع وتسويق المنتجات البتروولية ومشتقاتها على مستوى التراب الوطني تحت علامة نפטال (Naftal) وعرفت على الصعيد الوطني والدولي باسم المؤسسة الوطنية لتسويق وتوزيع المنتجات البتروولية، يتكون مصطلح الأجنبي لمؤسسة نפטال (NAFTAL) من:

- (Naft) مصطلح عربي ويعني النفط.

- (AL) اختصار لكلمة الجزائر (Algeria)

بداية من 18 افريل 1998 أصبحت مؤسسة نפטال مؤسسة مساهمة (spa)، يقع مقرها الرئيسي للمؤسسة في الشراكة الجزائر العاصمة ورمزها يتكون من خمس خطوط تمثل فروع مؤسسة نפטال وهي فرع الوقود، فرع الغاز المميع، فرع الزيوت، فرع الزفت والعجلات وأخيرا فرع الشراكة والنشاطات الدولية.

الدور الرئيسي لشركة نפטال هو تسويق وتوزيع المواد البتروولية ومشتقاتها عبر كامل التراب الوطني وتتدخل أساسا في المجالات التالية:

- توزيع، تخزين وتسويق الوقود، غاز البترول المميع، الزيوت والزفت، العجلات والمواد الخاصة.
- نقل المواد البتروولية ومشتقاتها من مراكز التكرير والتصنيع إلى المراكز الرئيسية وإلى الزبائن عبر وسائل النقل المتاحة والمتمثلة في الانابيب، الشاحنات، البواخر كذا عربات السكة الحديدية.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة

1-مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة بجميع الاطارات العاملين والمسؤولين العاملين في المؤسسات التالية بمدينة الجلفة (مؤسسة سونلغاز، مؤسسة نפטال، مؤسسة اتصالات الجزائر)، للموسم 2021/2020 والبالغ عددهم 150 إطار.

2-عينة الدراسة: حيث تنقسم الى جزئين:

أ- **العينة الاستطلاعية:** تم إختيار عينة عشوائية استطلاعية تقدر بـ 30 إطار من العاملين في المؤسسات التالية بمدينة الجلفة (مؤسسة سونلغاز، مؤسسة نפטال، مؤسسة اتصالات الجزائر)، حيث تم تطبيق الأداة المستخدمة الدراسة على العينة الاستطلاعية وذلك من أجل التحقق من صلاحية الأداة لتطبيقها على أفراد العينة الكلية وذلك من خلال حساب صدق وثبات الأداة بالطرق الاحصائية المناسبة.

ب- **العينة الأصلية:** تم توزيع 120 إستمارة على الإطارات من العاملين في المؤسسات التالية بمدينة الجلفة (مؤسسة سونلغاز، مؤسسة نפטال، مؤسسة اتصالات الجزائر)، وتم الاعتماد في طريقة اختيار الحجم الانسب لعينة الدراسة على معادلة ستيفن ثامبسون وهي موضحة كما يلي:

- معادلة ستيفن ثامبسون:

$$N = \frac{N * P(1 - P)}{(N - 1) * (D^2 \div Z^2) + P(1 - P)}$$

- حيث أن:

-N: هو حجم المجتمع

- Z: هي الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وهي تساوي 1.96.

- D: هي نسبة الخطأ وهي تساوي 0.05.

- P: هو نسبة توفر الخاصية والمحايدة وهي تساوي 0.50.

وبعد تطبيق المعادلة السابقة حسابيا نجد مايلي:

$$N = \frac{150 * 0.50(1 - 0.50)}{(150 - 1) * (0.05^2 \div 1.96^2) + 0.50(1 - 0.50)} = 109$$

- ولقد تم استرجاع 108 استمارة صالحة للاستعمال والمعالجة، وهو ما يمثل 72% من مجتمع الدراسة، وكانت التفاصيل كما يلي:

الجدول (1-3) مؤسسات محل الدراسة والاستمارات الموزعة

المجموع	اتصالات الجزائر	نفظال	سونلغاز	المؤسسة الاستمارات
120	32	45	43	الموزعة
108	28	41	39	المسترجعة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على احصائيات المؤسسات.

وباعتبار أن مجتمع الدراسة هو: "جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشرا، أم أنشطة، أم غير ذلك"¹، فمجتمع الدراسة المعني بالبحث هم مجموع الإطارات والمسؤولين، كونهم العنصر المعني بالدرجة الأولى بموضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وكون جميع الاطارات مؤهلة لتقلد مناصب القيادة في مجلس الادارة عبر جميع المؤسسات محل الدراسة الميدانية.

¹ مصطفى دمس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار المنهل، مصر، 2008، ص4.

المطلب الثاني: الاطار المنهجي للدراسة ومصادر البيانات

يتناول هذا المطلب ومن أجل الوصول إلى أهداف البحث واختبار فرضياته فإنه يجب أولاً تحديد المنهج المتبع المناسب للإجابة عن التساؤلات ومن ثم تحديد مصادر البيانات الضرورية للدراسة الميدانية وطرق وأدوات جمعها، ونقوم بعد ذلك بتمييزها وتنظيمها ليتسنى لنا بعد ذلك اجراء الاختبارات عليها.

أولاً: منهج الدراسة

يمكن تعريف المنهج عموماً بأنه: "الوسيلة التي يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة أو إلى مجموعة الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى وتعميمها للوصول بها إلى ما يطلق عليه اصطلاح النظرية، وهي هدف كل بحث علمي".¹

كما يعرف بأنه "الطريقة المنظمة في التعامل مع الحقائق والمفاهيم أو التصورات أو المعاني، وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى الحقيقة، أو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، وهو خطة منظمة لعدة عمليات ذهنية أو حسية بغية الوصول إلى الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها".²

استخدامنا المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأفضل لدراسة متغيرات هذا الموضوع والبحث في علاقاتها، وفحص فرضياتها، بما يمكننا وفق خطوات علمية إما من إثباتها أو نفيها؛ حيث أن المنهج الوصفي يتلخص في: "متابعة وملاحظة ظاهرة أو هدف أو حدث ما معتمداً على معلومات نوعية أو كمية في فترة زمنية معينة، أو خلال فترات زمنية مختلفة بغرض التعرف على شتى جوانب الظاهرة وعلاقاتها بغيرها من الظواهر للوصول لنتائج تساعد في فهم الواقع الراهن ليتم تطويره مستقبلاً".³

ولأن المنهج الوصفي يتبع في خطواته بعض الوسائل والطرق المختلفة للبحث بغية تحقيق أهدافه، ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة فقد تم إعداد استبيان باعتباره أداة هامة لجمع البيانات الضرورية، ثم طرحه على مؤسسات العينة مروراً إلى تحليل البيانات المحصل عليها من خلال عرض مجتمع الدراسة وتحليل مكوناته.

¹ مصطفى دعمس، مرجع سابق، ص4.

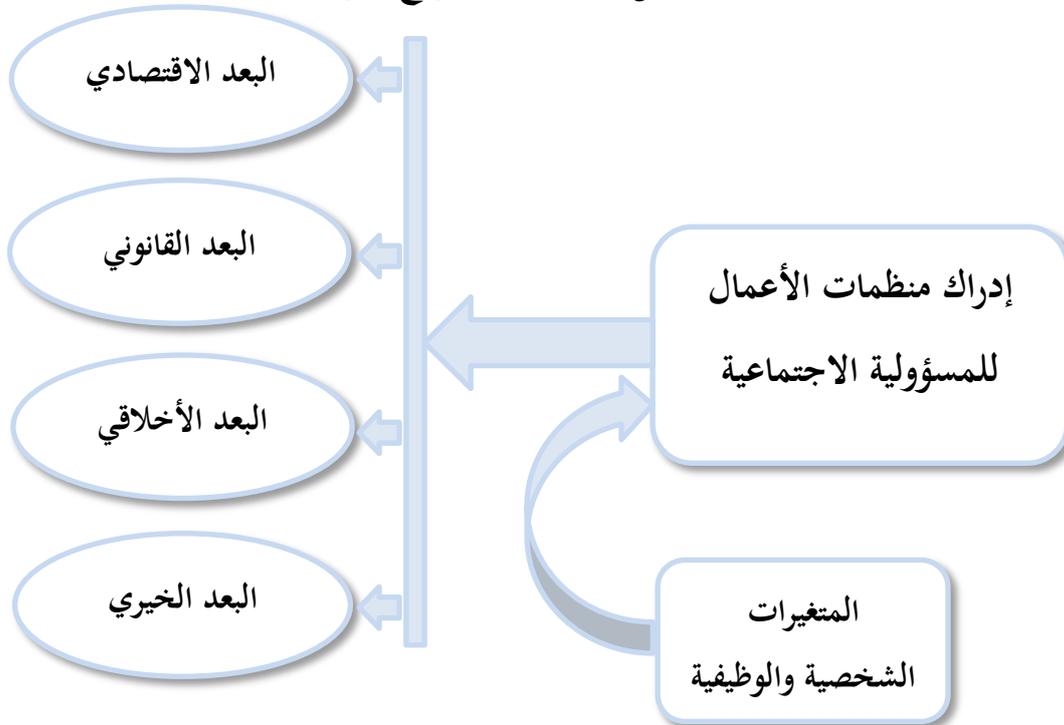
² علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: التقنيات والأساليب، دار المنهل، مصر، 2008، ص13.

³ متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، مصر، الطبعة الأولى، 2008، ص35.

ثانياً: بناء نموذج الدراسة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة حول الموضوع وتحليلها قام الطالب ببناء نموذج يتصور من خلاله طريقة الإدراك للمسؤولية الاجتماعية من طرف الاطارات محل المؤسسات المدروسة، من خلال أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي وضعها الباحث كارول، وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية لجميع أفراد عينة الدراسة المبحوثة، والشكل الآتي يوضح أنموذج الدراسة بشكل تفصيلي:

الشكل (3-1) بناء نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بناء على الدراسات السابقة

المبحث الثاني: طرق المعالجة الإحصائية وبناء وتطوير أداة الدراسة

بغرض تحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات وتفسيرها تم الاعتماد على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences SPSS الإصدار 26، فبعد ترميز البيانات وإدخالها، تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لأهداف الدراسة.

المطلب الأول: المفاهيم الإحصائية المستخدمة في الدراسة

من أجل تحليل بيانات الدراسة استخدم الطالب العديد من المفاهيم المرتبطة بالإحصاء الوصفي والاستدلالي، تتناسب مع أسئلة البحث والفرضيات المقترحة، كما تم استخدام بعض الاختبارات لفحص دقة أداة الدراسة، ويمكننا تلخيص مجمل الأساليب والأدوات كالتالي:

أولاً: أدوات إحصائية تتعلق ببناء أداة الدراسة

1-معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha (a): وذلك بغية تقدير ثبات الدراسة، حيث يؤخذ هذا العامل قيمة تتراوح بين الصفر والواحد، وكلما اقترب الواحد الصحيح فهذا يعني ثباتاً أكبر للدراسة.

حيث يعرف في مجال منهجية البحث العلمي قاعدة عامة للتعامل مع هذا المعامل مفادها الآتي:

- إذا كان معامل ألفا كرونباخ أقل من (0,6)؛ فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ضعيف، الأمر الذي يلزم إعادة النظر في أداة الدراسة.
- إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0,6-0,7)؛ فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات مقبول.
- إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0,7-0,8)؛ هذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات جيد.
- إذا كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0,8)؛ فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ممتاز.

2-معامل الارتباط لبيرسون: بين درجة ارتباط كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، والذي يتوافق مع الاختبارات المعلمية، ويستخدم لدراسة خاصية ثبات مقياس ليكرت، وكذا لتحديد نوع وشدة العلاقة بين المتغيرات.

ثانياً: أدوات إحصائية تتعلق باختبار الفرضيات

- 1- التكرارات والنسب المئوية: للتعرف على الصفات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحليلها.
- 2- المتوسط الحسابي (Mean): وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة نحو كل فقرات الاستبيان.

3- المتوسط الحسابي المرجح (Mean Weight): وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل بعد.

4- الانحراف المعياري (Standard déviation): وذلك بغية التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل فقرة أو بعد، ويوضح أيضا التشتت في استجابات أفراد الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، أما في حال كانت قيمته أكبر من أو تساوي الواحد فهذا يعني تشتت الإجابات وعدم تركيزها، كما أنه يفيد أيضا في ترتيب العبارات أو الفقرات لصالح الأقل تشتتا عند تساوي المتوسط الحسابي المرجح بينهما.

5- اختبار t لعينة واحدة: لإختبار معنوية متوسط الإجابات لكل محور.

6- إختبار One Way Anova : لإختبار فروق الإجابات لمحور المسؤولية الإجتماعية التي يمكن أن تعزى إلى لأحد المتغيرات الشخصية والوظيفية.

7- اختبار Smirnov –Kolmogorov وهو اختبار لتحديد إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

المطلب الثاني: طرق قياس الاتجاهات

لتحديد الأوزان المعطاة وكما ذكرنا سابقا فقد استخدمنا في الاستبيان الأسئلة المغلقة والمصممة وفق مقياس ليكرت الخماسي الذي يعد الأنسب بالنسبة لهكذا دراسات، وقد كانت الخيارات المتاحة أمام كل عبارة كما يلي (موافق تماما، موافق، موافق لحد ما ، غير موافق، غير موافق تماما)، وقد أكدنا لأفراد عينية البحث على ضرورة اختيار إجابة واحدة فقط أمام كل فقرة، ومن أجل تحديد الاتجاه أعطينا لاحتمالات الإجابة الخمسة السابقة أوزانا محددة كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (2-3) الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الاستبيان

الوزن	خيارات الإجابة
5	موافق تماما
4	موافق
3	موافق لحد ما
2	غير موافق
1	غير موافق تماما

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على المقاييس الاحصائية المعتمدة.

وانطلاقاً من الأوزان الموضحة في الجدول أعلاه ولحساب طول خلايا ليكرت الخماسي (الحدود العليا والدنيا) تم حساب المدى (5-1=4) ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية (4=5\0.8)، ثم بعد ذلك تم إضافة هذا العدد إلى اقل قيمة في المقياس وهو الواحد الصحيح، واستمرت الإضافة إلى غاية الوصول إلى أعلى قيمة في المقياس وهي العدد خمسة وكانت الناتج كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (3-3) المتوسطات المرجحة والاتجاه الموافق لها

الاتجاه	المتوسط المرجح	
غير موافق تماماً	(1.79 - 1)	1
غير موافق	(2.59 - 1.8)	2
موافق لحد ما	(3.39-2.6)	3
موافق	(4.1 - 3.4)	4
موافق تماماً	(5 - 4.2)	5

المصدر: عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي، ص: 450.

من خلال هذا الجدول، يمكننا أن نستنتج بأن تحديد الاتجاه العام نحو كل فقرة من فقرات الدراسة يكون وفقاً للآلية التالية:

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (5-4.2)، فهذا يعني إن الاتجاه العام نحو تأكيد ما جاء فيها يتجه نحو "موافق تماماً".

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين (4.19 - 3.4)، فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأكيد ما جاء فيها يتجه نحو "موافق".

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين (2.59 - 1.8)، فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأكيد ما جاء فيه يتجه نحو "موافق لحد ما".

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين (3.39 - 2,6)، فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأكيد ما جاء فيه يتجه نحو "غير موافق".

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح ما بين (1-1.79)، فهذا يعني أن الاتجاه العام نحو تأكيد ما جاء فيه يتجه نحو "غير موافق تماماً".

أما بالنسبة لتقدير مستوى كل متغير أو بعد (المتغير عبارة عن مجموعة من الأبعاد، والبعد عبارة عن مجموعة من الفقرات)، فإننا نحتاج إلى مقياس خاص يحدد درجة مستوى كل متغير، وفي هذا الصدد تؤكد

العديد من الدراسات على المقياس الثلاثي الذي يضم ثلاث مستويات للتصنيف وهي: مرتفع، متوسط، منخفض.

ولتحديد القيم الموافقة لها يتم اللجوء إلى حساب المدى، $(4=1-5)$ ، ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية، $(1.33=3\setminus 4)$ ، ثم بعد ذلك تم إضافة هذا العدد إلى أقل قيمة في المقياس وهو الواحد الصحيح، واستمرت الإضافة حتى الوصول إلى أعلى قيمة في المقياس وهي العدد خمسة وكانت الناتج كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (3-4) المتوسطات المرجحة للأبعاد والمتغيرات والمستويات الموافقة لها

المستوى	المتوسط المرجح
منخفض	(2.33 - 1)
متوسط	(3.67 - 2.34)
مرتفع	(5 - 3.68)

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على المقاييس الاحصائية المعتمدة.

من خلال الجدول يمكننا أن نستنتج مستوى الأبعاد والمتغيرات في هذه الدراسة والذي سيكون كالآتي:

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للبعد أو المتغير يتراوح ما بين (5-3.68)، فهذا يعني أن مستواه العام يميل لأن يكون مرتفعاً.

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للبعد أو المتغير يتراوح ما بين (3.67-2.34)، فهذا يعني أن مستواه العام يميل لأن يكون متوسطاً.

✓ إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للبعد أو المتغير يتراوح ما بين (2.33-1)، فهذا يعني أن مستواه العام يميل لأن يكون منخفضاً.

المطلب الثالث: بناء وتطوير أداة الدراسة

بناء على طبيعة البيانات المراد جمعها والمنهج المختار لهذه الدراسة استخدم الطالب الاستبانة لتجميع البيانات من الباحثين، وقد تم تطويرها على مراحل عدة وذلك للتأكد من قدرها وصلاحياتها لتحقيق أغراض البحث، وفيما يلي توضيح لأهم الخطوات المتبعة:

أولاً: بناء أداة الدراسة

نظراً لطبيعة البيانات التي يراد جمعها وانطلاقاً من الدراسات السابقة، وعلى المنهج المتبع في البحث، والوقت المسموح به، والإمكانات المادية المتاحة، تم استخدام أداة (الاستبيان) لتحقيق أهداف هذه الدراسة وهي أكثر من باقي الأدوات استخداماً، وذلك لعدم توفر المعلومات الأساسية المرتبطة بالموضوع إضافة إلى صعوبة الحصول عليها، وبغية الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة قمنا بتصميم استبانة معتمدين على تلك الدراسات السابقة والتي تناولت موضوع إدراك المسؤولية الاجتماعية، حيث كان الهدف الأساسي منها هو أن تكون شاملة لمختلف أركان البحث النظري لتعطي صورة واقعية عن الممارسات المرتبطة بموضوع الدراسة.

ثانياً: تصميم الاستبانة

اعتمدنا في الدراسة الميدانية على استمارة استبيان بها مجموعة من الأسئلة وذلك بغرض جمع البيانات اللازمة وهذا لاختبار فرضيات البحث والمساعدة في تقييم إدراك المسؤولية الاجتماعية لدى إطارات المؤسسة، حيث تم تطوير الاستبانة بمراحل عدة حتى نتأكد من صلاحيتها وقدرتها على تحقيق الهدف المنشود منها، حيث تضمنت الاستبانة ما يلي:

- موضوع الاستبيان: والذي يتم توضيحه في مقدمة الاستبيان.
- غرض الاستبيان: والموضح كذلك من خلال المقدمة المدرجة فيه.
- شرح طريقة الإجابة: وذلك من خلال وضع العلامة (X)؛ في الخانة المناسبة للإجابة.
- مكونات الاستبيان: قسمنا الاستبيان إلى جزأين كالتالي:

✓ الجزء الأول: البيانات العامة:

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الشخصية والوظيفية للعينة مثل: النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الاقدمية، مؤسسة العمل.

✓ الجزء الثاني: محاور الاستبيان

وتضمن هذا الجزء مختلف المحاور التي تضم جملة من العبارات التي تقيس إدراك المسؤولية الاجتماعية لدى إدارات المؤسسة، حيث على كل مستجوب اختيار الخانة التي تعبر عن وجهة نظره حول كل عامل من العوامل المذكورة، وبناء على الخلفية النظرية والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع، قررنا اعتماد الاستمارة التي صممت على طريقة ليكرت (Lekert)، ضم الاستبيان (30) عبارة وزعت وبوبت في المحاور التالية إضافة إلى البيانات الشخصية:

- المحور الأول: البعد الاقتصادي وقد خصصنا له 08 فقرات.

- المحور الثاني: البعد القانوني وقد خصصنا له 08 فقرات.

- المحور الثالث: البعد الاخلاقي وقد خصصنا له 07 فقرات.

- المحور الرابع: البعد الخيري وقد خصصنا له 07 فقرات.

تم الاعتماد على الاداة لقياس إدراك المسؤولية الاجتماعية لدى افراد العينة، والتي كانت حصيلة مزعج بعض الأدوات لنحصل على أداة تناسب موضوع الدراسة على غرار الأداة التي إستعملها (محمد مجيد هاتف، 2006) وكذلك (محمد شقراني، 2019).

بعد ذلك تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين وإجراء التعديلات اللازمة عليها، وبعد التأكد من مدى صدقها وثباتها، أصبحت الاستبانة جاهزة للتطبيق الميداني، وذلك وفق الخطوات التالية:

■ قمنا بعرض نموذج الاستبانة النهائي على الأستاذ المشرف، والذي أعطى موافقته على تطبيق أداة الدراسة على أفراد عينة الدراسة.

■ تم توزيع الاستمارات على عدد من أفراد العينة محل الدراسة، واسترجاع بعض الاستمارات في نفس اليوم.

■ بلغ إجمالي الاستمارات المسترجعة (108)؛ من أصل (120)؛ استمارة أي بنسبة (90%)؛ إلا أنه لم يتم

استبعاد أي استمارات لعدم صلاحيتها للتحليل ليتم تفرغ محتوى الاستمارات في برنامج (spss).

ثانيا: إختبارات الصلاحية: وينقسم إلى:

1- صدق أداة الدراسة

يقصد به أن أداة الدراسة (الاستبانة) صالحة لقياس ما أعدت لأجله، كما يعرف صدق أداة الدراسة على انه: "شمول الاستمارة على كل عنصر من العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل فرد من أفراد العينة المعنية بالدراسة.

▪ **الصدق الظاهري (صدق المحكمين):** وللتأكد من صدق أداة الدراسة تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة، وقد أخذنا بعين الاعتبار كل الملاحظات التي قدمها السادة المحكمين حيث قمنا بما يلزم من تعديلات في ضوء مقترحاتهم وتوصياتهم، ليخرج الاستبيان في صورته النهائية والموضحة في الملحق الخاص بالاستبانة والتي تم تطبيقها على عينة الدراسة.

▪ **الصدق الذاتي (الاتساق الداخلي):** وللقيام بهذا الاختبار قمنا بحساب معامل الارتباط (سبيرمان) بين درجة كل فقرة من فقرات كل محور والدرجة الكلية لجميع فقرات كل محور وقد تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أسفله:

الجدول (3-5) يوضح مدى الاتساق الداخلي بين فقرات كل محور مع الدرجة الكلية لهذا المحور

المحور الثاني: البعد القانوني			المحور الأول: البعد الاقتصادي		
رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
09	0.673	0.000	01	0.624	0.000
10	0.696	0.000	02	0.673	0.000
11	0.681	0.000	03	0.716	0.000
12	0.603	0.000	04	0.760	0.000
13	0.643	0.000	05	0.622	0.000
14	0.656	0.000	06	0.603	0.000
15	0.560	0.000	07	0.575	0.000
16	0.624	0.000	08	0.600	0.000
المحور الرابع: البعد الخيري			المحور الثالث: البعد الأخلاقي		
رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
24	0.742	0.000	17	0.608	0.000
25	0.759	0.000	18	0.594	0.000
26	0.823	0.000	19	0.652	0.000
27	0.779	0.000	20	0.633	0.000
28	0.725	0.000	21	0.742	0.000
29	0.824	0.000	22	0.741	0.000
30	0.778	0.000	23	0.721	0.000

دالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

كما يتضح من الجدول (3-5)؛ أن معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لكل الفقرات موجبة وتراوحت بين (0.560)؛ في حدها الأدنى أمام الفقرة (15)؛ وبين (0.824)؛ في حدها الأعلى أمام الفقرة رقم (24) وأن كل الفقرات كانت دالة إحصائية عند مستوى معنوية يساوي ($\alpha \leq 0.05$)؛ بحيث تعتبر صادقة إلى حد يمكن الاعتماد عليها لما وضعت لقياسه.

الجدول (3-6) يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

المسؤولية الاجتماعية		
مستوى المعنوية	معامل الارتباط	محاور الاستبيان
0.000	0.784	البعد الاقتصادي
0.000	0.816	البعد القانوني
0.000	0.754	البعد الأخلاقي
0.000	0.719	البعد الخيري

دالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من الجدول (3-6) من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين كل محور والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان دالة إحصائية عند مستوى معنوية يساوي ($\alpha \leq 0.05$). وبالتالي تعتبر محاور الاستبيان صادقة ومتسقة، لما وضعت لقياسه.

2- ثبات أداة الدراسة: إن ثبات أداة البحث (الاستبانة)؛ الذي يعني: التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة إذا تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم، ولقياس مدى ثبات أداة البحث (الاستبانة)؛ استخدمنا معامل (ثبات ألفا كرونباخ α)؛ الذي يعتبر أفضل الطرق للدلالة على تقدير الثبات.

حساب معامل الثبات: حيث قمنا باحتسابه لأداة الدراسة ككل ولكل متغير على حدى، ومن ثم احتسابه لكل بعد من أبعاد الدراسة، وهذا ما نبرزه في الجدول التالي:

الجدول (3-7) معاملات الثبات لمحاور الدراسة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ

ثبات المحور	عدد العبارات	أبعاد ومحاور الدراسة
0.848	08	البعد الاقتصادي
0.797	08	البعد القانوني
0.876	07	البعد الأخلاقي
0.900	07	البعد الخيري
0.921	30	معامل الثبات العام

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (3-7) أعلاه أن معامل الثبات العام بالدراسة ككل قد بلغت قيمته (0.921)؛ وهي تدل على أن الدراسة تتمتع بثبات جيد جداً، ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

3- قياس ثبات الدراسة بطريقة إعادة الاختبار:

إن ثبات الاختبار يعني ان يعطي الاختبار نفس النتائج إذا ما أعيد على نفس الأفراد في نفس الظروف، وان هذا يقاس إحصائياً بحساب (معامل الارتباط) بين درجات التطبيق الأول والتطبيق الثاني، في هذه الطريقة يتم تطبيق الاختبار على أفراد المجموعة نفسها وتحت نفس الظروف، مرتين متلاحقتين بينهما فترة زمنية مناسبة، بحيث لا تكون طويلة جداً فتنمو قدرات الفرد وتتغير ميوله واستعداداته وتؤثر على درجاته، ولا تكون قصيرة جداً بحيث تتأثر النتائج بعامل التذكر وتجعل الفرد يقدم نفس إجابات المرة الأولى، وعند الانتهاء من إجراء الاختبارين يُستخرج معامل الارتباط بين نتائجهما.

تقتضي طريقة إعادة الاختبار إجراء الاختبار على مجموعة معينة من المبحوثين والتي كان عددها في إختبارنا هذا 30 فرداً واستخراج نتائجها، ثم إعادة نفس الاختبار على نفس المجموعة بعد فترة زمنية، قدرت بأسبوعين، ثم تم استخراج نتائجها في المرة الثانية، وإيجاد معامل الارتباط بيرسون بين الاختبارين، ويسمى معامل الارتباط بهذه الطريقة، بمعامل الثبات، كما يسمى أيضاً بمعامل الاستقرار، وكان الاختبار على ابعاد الدراسة كالتالي

أولاً: البعد الاقتصادي:

الجدول (3-8) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد الاقتصادي

		البعد الاقتصادي 1	البعد الاقتصادي 2
البعد الاقتصادي 1	Pearson Correlation	1	**0.846
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	30	30
البعد الاقتصادي 2	Pearson Correlation	**0.846	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	30

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال هذا الجدول (3-8) يتبين لنا أن معامل الارتباط بين القياسين المتعلقين بالبعد الاقتصادي لدى نفس العينة من المبحوثين يبلغ 0.846 بمستوى معنوية (sig0.000)، وهذا ما يدل على أن القياسين لنفس البعد لهما علاقة إرتباطية قوية بمستوى معنوية عالي جدا وهو ما يدل على ثبات دراسة هذا المحور، وعليه الاختبار يتمتع بثبات جيد.

ثانيا: البعد القانوني:

الجدول (3-9) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد القانوني

		البعد القانوني 1	البعد القانوني 2
البعد القانوني 1	Pearson Correlation	1	**0.758
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	30	30
البعد القانوني 2	Pearson Correlation	**0.758	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	30

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال هذا الجدول (3-9) يتبين لنا أن معامل الارتباط بين القياسين المتعلقين بالبعد القانوني لدى نفس العينة من المبحوثين يبلغ 0.758 بمستوى معنوية (sig 0.000)، وهذا ما يدل على أن القياسين لنفس البعد لهما علاقة إرتباطية قوية بمستوى معنوية عالي جدا وهو ما يدل على ثبات دراسة هذا البعد، وعليه الاختبار يتمتع بثبات جيد.

ثالثا: البعد الأخلاقي

الجدول (3-10) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد الأخلاقي

		البعد الاخلاقي 1	البعد الاخلاقي 2
البعد الاخلاقي 1	Pearson Correlation	1	**0.798
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	30	30
البعد الاخلاقي 2	Pearson Correlation	**0.798	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	30

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال هذا الجدول (10-3) يتبين لنا أن معامل الارتباط بين القياسين المتعلقين بالبعد الاخلاقي لدى نفس العينة من المبحوثين يبلغ 0.798 بمستوى معنوية (sig 0.000)، وهذا ما يدل على أن القياسين لنفس البعد لهما علاقة إرتباطية قوية بمستوى معنوية عالي جدا وهو ما يدل على ثبات دراسة هذا البعد، وعليه الاختبار يتمتع بثبات جيد.

رابعا: البعد الخيري

الجدول (11-3) مصفوفة قياس ثبات نتائج البعد الخيري

		البعد الخيري 1	البعد الخيري 2
البعد الخيري 1	Pearson Correlation	1	**0.806
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	30	30
البعد الخيري 2	Pearson Correlation	**0.806	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	30

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال هذا الجدول (11-3) يتبين لنا أن معامل الارتباط بين القياسين المتعلقين بالبعد الخيري لدى نفس العينة من المبحوثين يبلغ 0.806 بمستوى معنوية (sig 0.000)، وهذا ما يدل على أن القياسين لنفس البعد لهما علاقة إرتباطية قوية بمستوى معنوية عالي جدا وهو ما يدل على ثبات دراسة هذا البعد، وعليه الاختبار يتمتع بثبات جيد.

خامسا: المسؤولية الاجتماعية

الجدول (12-3) مصفوفة قياس ثبات نتائج دراسة ثبات متغير المسؤولية الاجتماعية

		المسؤولية الاجتماعية 1	المسؤولية الاجتماعية 2
المسؤولية الاجتماعية 1	Pearson Correlation	1	**0.944
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	30	30
المسؤولية الاجتماعية 2	Pearson Correlation	**0.944	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	30

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال هذا الجدول (3-12) يتبين لنا أن معامل الارتباط بين القياسين المتعلقين بالمتغير المسؤولية الاجتماعية لدى نفس العينة من المبحوثين يبلغ 0.944 بمستوى معنوية (sig 0.000)، وهذا ما يدل على أن القياسين لنفس المتغير لهما علاقة ارتباطية قوية بمستوى معنوية عالي جدا وهو ما يدل على ثبات دراسة هذا المتغير، وعليه الاختبار يتمتع بثبات جيد، وبالتالي نستنتج أن أداة الدراسة التي أعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

3- اختبار اعتدالية التوزيع: لكي نستطيع أن نتعامل مع بيانات الدراسة وإجراء الاختبارات بالطرق المعملية أو الطرق اللامعلمية، يجب أولا إجراء اختبارات التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة، حيث سيتم استخدام اختبار SMIRNOV-KOLMOGOROV من أجل التحقق من إعتدالية التوزيع كما يلي:

الجدول (3-13) اختبار إعتدالية التوزيع كولمجروف-سيميرنوف

Tests de normalité إعتدالية التوزيع إختبار كولمجروف-سيميرنوف			
المحاور	قيمة الاختبار	درجة الحرية	الدلالة الاحصائية
البعد الاقتصادي	,162	108	,214
البعد القانوني	,147	108	,137
البعد الاخلاقي	,187	108	,125
البعد الخيري	,130	108	,103
المسؤولية الاجتماعية	,096	108	,121

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يلاحظ من الجدول (3-13) بأن بيانات الدراسة تقترب من التوزيع الطبيعي بالنسبة لمتغيرات الدراسة جميعها، حيث كانت الدلالة الاحصائية في اختبار (كولمجروف - سيميرنوف)، أعلى من (0.05)، وبناء على هذه النتيجة فإن توزيع الدراسة طبيعي.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم التعريف بالمؤسسات محل الدراسة التي تمثل المجتمع المستقاة منه العينة، كما تم استعراض الاداة الرئيسة التي استخدمها الطالب في دراسته ألا وهي الاستبانة، وذلك من خلال توضيح كيفية بنائها واختبار مدى اتساقها وثبات محاورها، لتقوم بقياس الأبعاد بصفة دقيقة، وقد تم من خلال هذا الفصل ايضا تقديم جملة من الادوات الاحصائية التي سيستعملها الطالب لاختبار فرضيات البحث والاجابة عن اشكاليته واسئلته.

وسنقوم بتخصيص الفصل الرابع لتحليل ومناقشة النتائج المتحصل عليها ومحاولة الوصول إلى فهم أعمق للإشكالية واقتراح توصيات واستنتاجات من شأنها إفادة المؤسسات محل الدراسة لتحسين أدائها إتجاه المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الادراك المطلوب عند إطاراتها بمختلف وظائفهم، وكذل لجميع المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة.

الفصل الرابع:

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد الفصل:

بعد أن تم في الفصل السابق استعراض أهم الوسائل والأدوات الإحصائية المستعملة في الدراسة، مع التطرق للمؤسسات محل الدراسة وذلك لفهم طبيعة المجتمع والعينة المأخوذة منه، سنقوم من خلال هذا الفصل بعرض نتائج التحليل الإحصائي والاختبارات المختلفة، وعرض نتائج اختبار الفرضيات والإجابة عن أسئلة الدراسة، وذلك على ضوء الدراسات السابقة ونتاجها أيضاً، من خلال إجراء مقارنة بينها وبين دراستنا.

كما تعتبر الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة مهمة جداً ليس فقط للتعرف على المجتمع المدروس، بل كذلك فيما يخص اختبار فرضيات الفروقات ومعرفة اتجاهات وآراء المستجوبين نحو متغيرات الدراسة حسب خصائصهم الوظيفية والشخصية، كما سيأتي ذكره في المبحث الأول من هذا الفصل، وكما سبق وأن أشرنا إليه أن اختبار الفرضيات يتطلب كلا الشقين الإحصائيين أي الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي، لذا فقد تم مراعاة تقسيم الفرضيات على كلا النوعين بالترتيب بدءاً بأدوات الإحصاء الوصفي، وقد تم تقسيم الفصل إلى مبحثين كالتالي:

المبحث الأول: تحليل فقرات الاستبيان واختبار الفرضيات

المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

المبحث الأول: تحليل فقرات الاستبيان واختبار الفرضيات

في هذا المبحث سوف نقوم بتحليل البيانات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية المسمى اختصار SPSS الاصدار 26 منه، واختبار فرضيات البحث، حيث سنبدأ بتحليل المعلومات الشخصية والوظيفية، ثم نتقل الى المحور الثاني المتعلق بمحاور الاستبانة والابعاد التي استعملت لقياس المتغيرات وفقراتها، وذلك بتبين الفرضيات التي سيتم اختبارها بأساليب الاحصاء الوصفي والاحصاء الاستدلالي.

المطلب الأول: التحليل الوصفي لنتائج الاستبيان

بهدف الإلمام بجميع جوانب موضوع الدراسة سنقوم بعرض تفصيلي لأهم الخصائص الشخصية والوظيفية في المؤسسة محل الدراسة، من خلال أربعة أبعاد تمثلت في: النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الأقدمية، وبعد تفريغ الاستمارات تحصلنا على النتائج التالية:

أولاً: توزيع عينة الدراسة حسب النوع

يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب النوع:

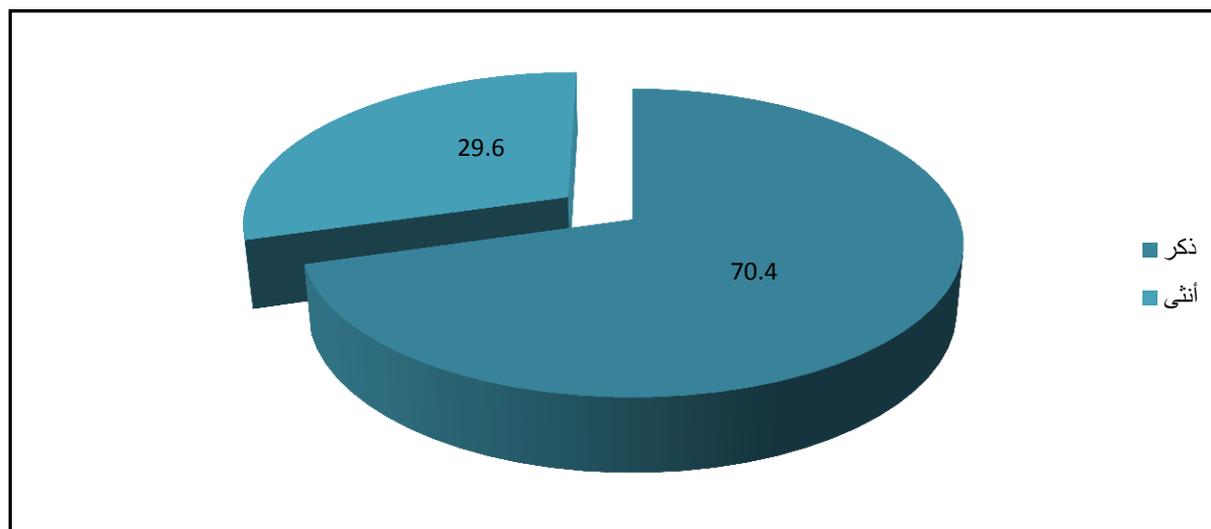
الجدول (4-1) توزيع عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسب المئوية
ذكر	76	70.4%
أنثى	32	29.6%
المجموع	108	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

والشكل التالي يوضح الدائرة المثلثية للنسب المئوية.

الشكل (1-4) توزيع عينة الدراسة حسب النوع



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (1-4)، والشكل (1-4)، أن عينة الدراسة تتشكل من الذكور بنسبة بلغت (70.4%)، في حين كانت نسبة الإناث في عينة الدراسة (29.6%)، وهي نسبة متوقعة كون أغلب أفراد العينة كانوا من الذكور.

ثانياً: توزيع عينة الدراسة حسب العمر

يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب العمر.

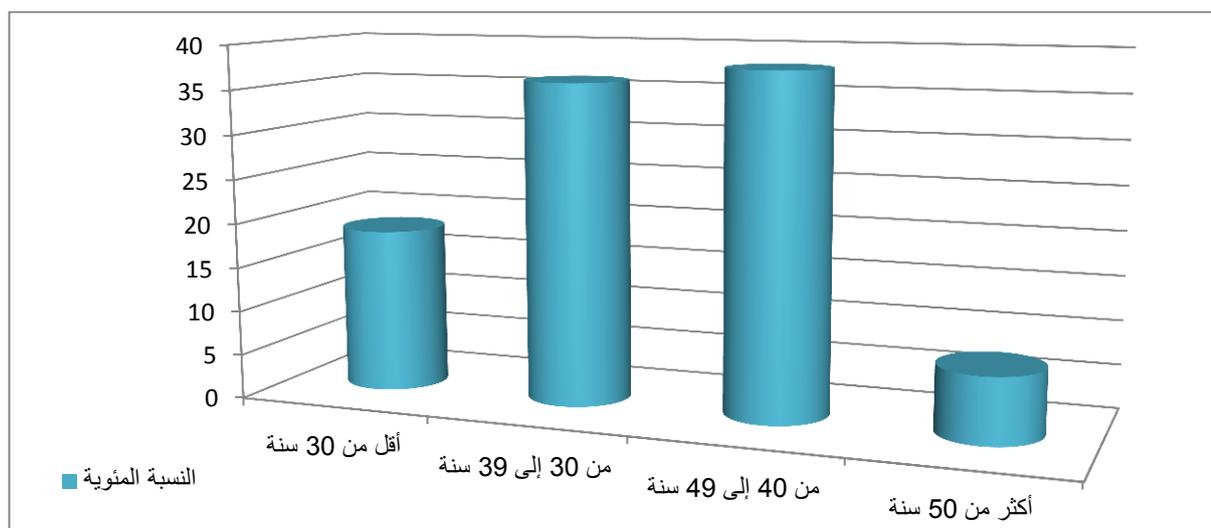
الجدول (2-4) توزيع عينة الدراسة حسب العمر

النسبة المئوية	التكرار	العمر
18.5%	20	أقل من 30 سنة
36.1%	39	من 30 إلى 39 سنة
38%	41	من 40 إلى 49 سنة
7.4%	8	أكثر من 50 سنة
100%	108	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

والشكل التالي يوضح الأعمدة البيانية للنسب المئوية.

الشكل (4-2) توزيع عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-2)؛ والشكل (4-2)؛ أن الفئة العمرية الغالبة على أفراد عينة الدراسة هي الفئة بين (40-49 سنة)؛ بنسبة مئوية بلغت (38.0%)؛ تليها الفئة العمرية بين (30-39 سنة)؛ بنسبة مئوية بلغت (36.1%)؛ ومن ثمة الفئة بين (أقل من 30 سنة) بنسبة مئوية بلغت (18.5%)؛ والفئة العمرية أكثر من 50 سنة تأتي أخرا بنسبة (7.4%)، وهذا ما يفسر سعي المؤسسات محل الدراسة لتوظيف الطاقات الشابة حسب ما أطلعنا عليه بعض الإطارات.

ثالثا: توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

يلخص هذا الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.

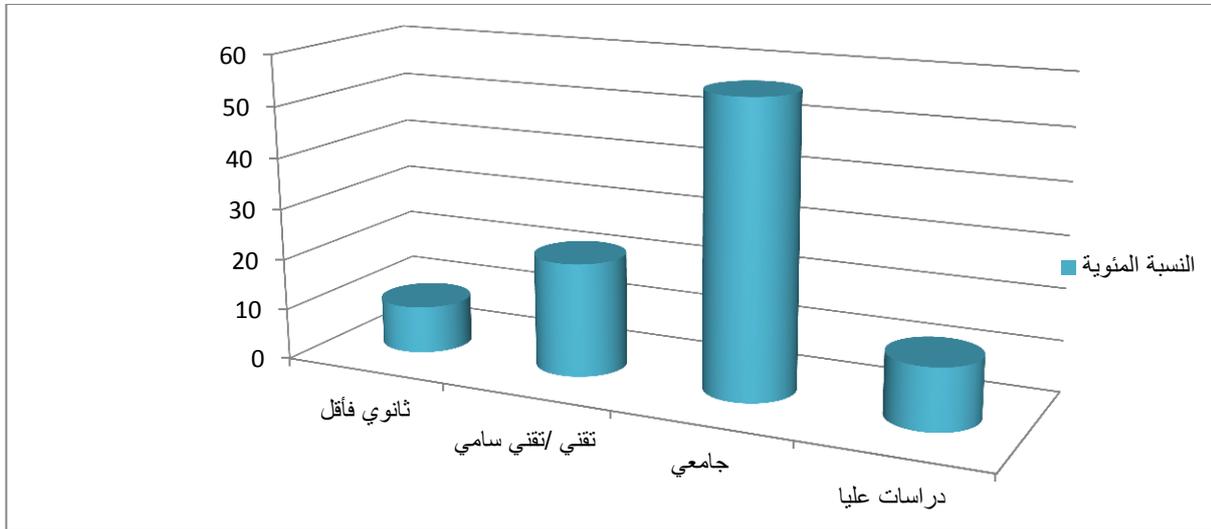
الجدول (4-3) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
9.3%	10	ثانوي فأقل
22.2%	24	تقني /تقني سامي
56.5%	61	جامعي
12%	13	دراسات عليا
100%	108	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

والشكل التالي يوضح الأعمدة البيانية للنسب المئوية.

الشكل (3-4) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (3-4) والشكل (3-4) أن المؤهل العلمي الغالب على أفراد عينة الدراسة هو المؤهل جامعي حيث بلغت نسبته في عينة الدراسة إلى (56.5%)، يليها ذو مستوى تقني/تقني سامي بنسبة (22.2%)، ليأتي أصحاب الدراسات العليا بنسبة (12.00%)، ثم مستوى ثانوي فأقل بنسبة (9.3%)، ويرجع ذلك حسب رأي الطالب الى توجه الدولة نحو نظام LMD والذي ساهم في استحداث آفاق جديدة للطلبة وكذلك توفير تخصصات لها علاقة مباشرة بقطاع الاتصالات والطاقة وغيرها وبذلك السعي نحو التوظيف في القطاع الاقتصادي، أما بخصوص احتلال مستوى تقني سامي للمرتبة الثانية فيرجع ذلك لكون طبيعة المؤسسات التقنية والتي تقتضي كواد مؤهلة في المجال التقني والذي يتطلب أفراد ذوي تكويننا تقنيا ميدانيا وهذا ما توفره أغلب المعاهد المتخصصة ومراكز التكوين المتخصصة، بل وحتى تلك التي تربطها عقود استفادة مع المؤسسات الاقتصادية عبر الوطن وحتى تلك المعاهد ذات البعد الدولي والتي يعول عليها في توفير كفاءات أكثر فعالية.

رابعاً: توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الأقدمية

يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب الاقدمية:

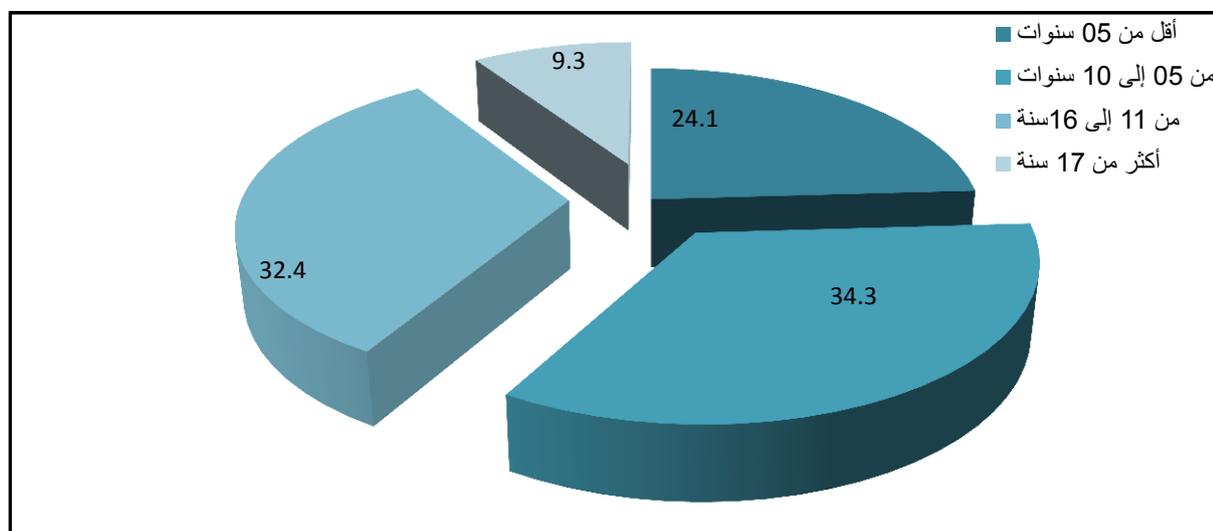
الجدول (4-4) توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

سنوات الاقدمية	التكرار	النسب المئوية
أقل من 05 سنوات	26	24.1%
من 05 إلى 10 سنوات	37	34.3%
من 11 إلى 16 سنة	35	32.4%
أكثر من 17 سنة	10	9.3%
المجموع	108	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

والشكل التالي يوضح الدائرة المثلثية للنسب المئوية.

الشكل (4-4) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الاقدمية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-4)؛ والشكل (4-4)؛ أن الفئة الغالبة على أفراد عينة الدراسة هي الفئة التي لها خبرة بين (05-10 سنوات)؛ بنسبة مئوية بلغت (34.2%)؛ تليها الفئة التي لها خبرة بين (أقل من 05 - 10 سنوات)؛ بنسبة مئوية بلغت (32.4%)؛ ومن ثمة الفئة التي لها خبرة بين (أقل من 05 سنة) بنسبة مئوية

بلغت (24.1%)؛ وأخيرا الفئة التي لها خبرة بين (أكثر من 17 سنة) بنسبة مئوية مقدرة بـ (9.3%)، ويرجع ذلك الى أن المؤسسات محل الدراسة تحتفظ بالأفراد الذين تتوفر لديهم خبرة معتبرة، حيث تسعى للحفاظ على الكفاءات تحسين الأجر والامتيازات وكذلك توظيف الخريجين الجدد لنقل الخبرة عبر الأجيال.

خامسا: توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة

يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة:

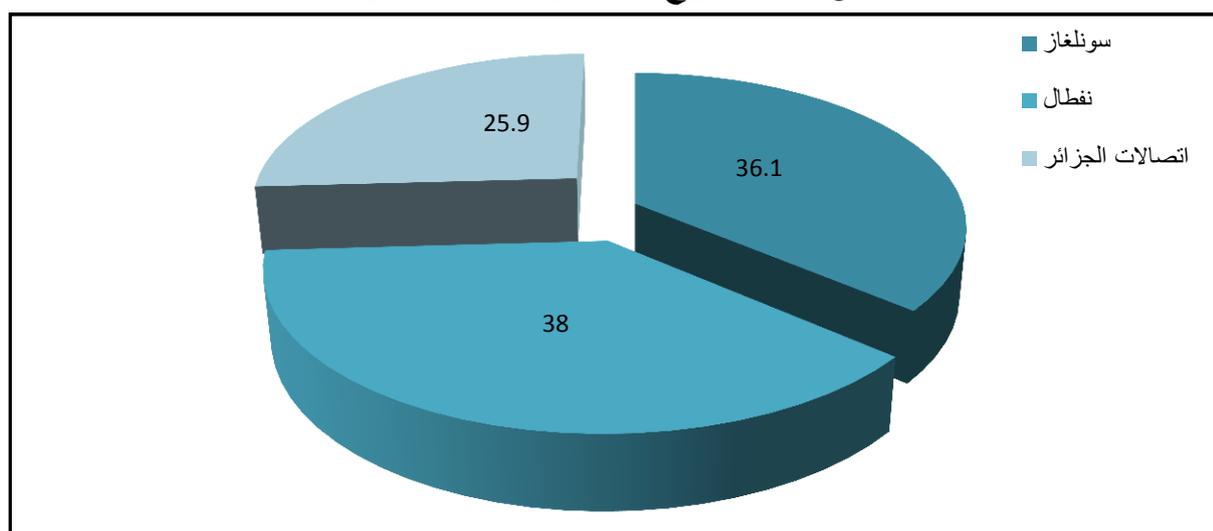
الجدول (4-5) توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة

النسب المئوية	التكرار	المؤسسة
36.1%	39	سونلغاز
38%	41	نفضال
25.9%	28	اتصالات الجزائر
100%	108	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

والشكل التالي يوضح الدائرة المثلثية للنسب المئوية.

الشكل (4-5) توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-5)؛ والشكل (4-5)؛ أن الفئة المستحوبة من أفراد عينة الدراسة هي التي تشتغل في مؤسسة (نפטال)؛ بنسبة مئوية بلغت (38%)؛ تليها الفئة التي تشتغل في مؤسسة (سونلغاز)؛ بنسبة مئوية بلغت (36.1%)؛ ومن ثمة الفئة التي تشتغل في مؤسسة (اتصالات الجزائر) بنسبة مئوية بلغت (25.9%)، ويرجع نقص اطارات مؤسسة اتصالات الجزائر الى كون انها كانت مؤسسة واحدة مع بريد الجزائر والتي تم فصلها لتصبح مؤسسة اتصالات الجزائر مؤسسة مستقلة عن بريد الجزائر وبالتالي تم توزيع الاطارات بين المؤسستين حسب الاحتياج وهذا ما يفسر نقص اطارات مؤسسة اتصالات الجزائر مقارنة بمؤسستي نפטال وسونلغاز، كذلك يرى الطالب الى كون مجال عمل مؤسستي نפטال وسونلغاز حساس واستراتيجي ويتطلب إطارات أكثر نظرا لتشعب المجالات الادارية عبر المؤسستين بين المهام التقنية والادارية.

سادسا: توزيع عينة الدراسة حسب طريقة التعرف على مصطلح المسؤولية الاجتماعية

يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب طريقة التعرف على مصطلح المسؤولية الاجتماعية:

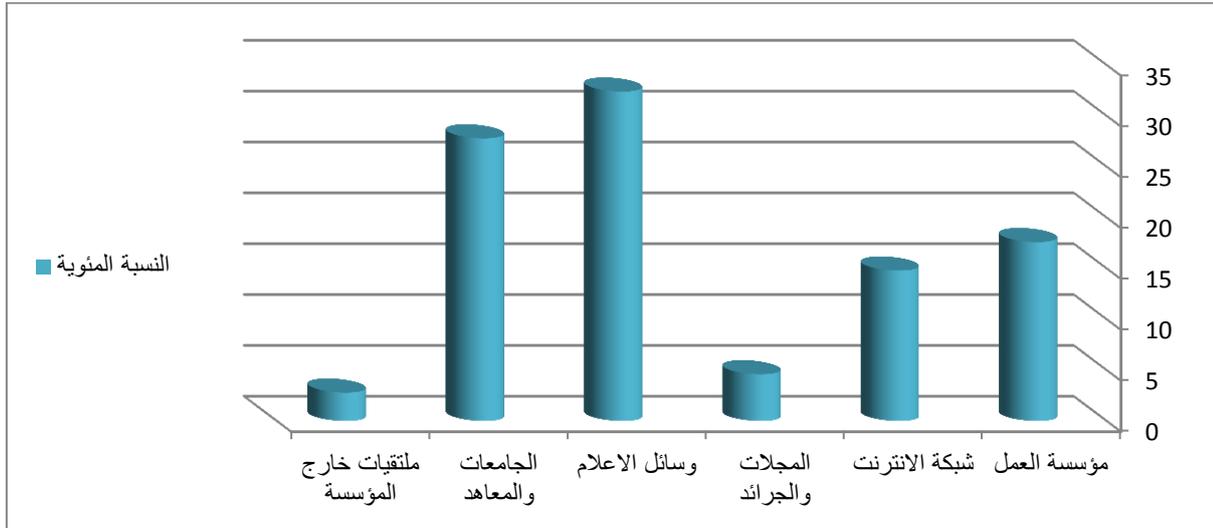
الجدول (4-6) توزيع عينة الدراسة حسب طريقة التعرف على المسؤولية الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	طريقة التعرف
17.6%	19	مؤسسة العمل
14.8%	16	شبكة الانترنت
4.6%	5	المجلات والجرائد
32.4%	35	وسائل الاعلام
27.8%	30	الجامعات والمعاهد
2.8%	3	ملتقيات خارج المؤسسة
100%	108	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

والشكل التالي يوضح الأعمدة البيانية للنسب المئوية.

الشكل (4-6) توزيع عينة الدراسة حسب طريقة التعرف على المسؤولية الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-6)؛ والشكل (4-6)؛ أن أفراد عينة الدراسة تعرفت على مصطلح المسؤولية الاجتماعية من خلال وسائل الاعلام بنسبة (32.4%)، تليها الجامعات والمعاهد بنسبة (27.8%)، ثم تليها مؤسسة العمل بنسبة (17.6%)، ثم تليها شبكة الانترنت بنسبة (14.8%)، ثم تليها المجلات والجرائد بنسبة (4.6%) ثم تليها ملتقيات خارج المؤسسة بنسبة (2.8%)، يلاحظ من خلال هذه المعطيات أن وسائل الاعلام السمعية والبصرية كان لها دور بارز في تعرف الاطارات على مفهوم المسؤولية الاجتماعية وهذا ما يؤكد على ضرورة استغلال مجال السمعي البصري لترسيخ تلك المفاهيم الضرورية في مجال الأعمال، ولا يخفى كذلك الدور البارز لمختلف الجامعات والمعاهد في توضيح وترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية وبالتالي الادراك الناتج عن ذلك لدى الاطارات بصفة خاصة والموظفين بصفة عامة، الان الفرق حسب الطالب في معرفة مفهوم المسؤولية الاجتماعية عند الاطارات سيكون بالضرورة أكثر تخصصاً وتفصيلاً عن طريق الجامعات كونها تقدم تكويناً أكاديمياً مؤسساً وفق أساليب علمية معتمدة رسمياً، مقارنة بوسائل الاعلام السمعية والبصرية العامة منها والخاصة كونها ليست ملزمة بتقديم المعلومة بشكلها الرسمي الأكاديمي.

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الأولى

تهدف من خلال هذا المطلب الى اختبار الفرضية الرئيسية الأولى، وقد تم استعمال اختبار العينة البسيطة One Simple T.Test، وتجد الإشارة هنا الى انه تم تحويل الفرضيات الخاصة بالتوافر الى فرضيات إحصائية كالتالي:

- تحليل الفرضية الرئيسية الأولى: لا يتوافر الادراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H0: لا يتوافر الادراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

H1: يتوافر الادراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وللقيام بهذا الاختبار نستخدم إختبار المعنوية لأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (7-4) إختبار المعنوية لمحور لأهمية المسؤولية الاجتماعية

	Test value =3					
	t	درجة الحرية	مستوى الدلالة sig	فرق الإنحراف	مجال الثقة في حدود 95%	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
المسؤولية الاجتماعية	3.017	107	0.000	0.34511	0.2667	0.4235

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال النتائج المبينة في الجدول (7-4) يتضح لنا أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وأن قيمة $t = 3.017$ عند درجة الحرية (107)، وبمراجعة إشارة t الموجبة، التي تدل على أن آراء افراد العينة متمركزة في خانة

الموافقة على توافر الإدراك لأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي تنص على:

"يتوافر الإدراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

ويمكن تفسير ذلك إلى القراءة الإيجابية لنتائج الاستبيان الذي يدعم حرص الإطارات في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية بصفة عامة، وهذا ما لمس الطالب ميدانيا.

ومنه نكمل اختبار الفرضيات الفرعية، وذلك بالاستعانة باختبار (t) للعينة البسيطة كما يلي:

1- تحليل الفرضية الفرعية الأولى: لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H_0 : لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H_1 : يتوافر الإدراك بأهمية البعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وللقيام بهذا الاختبار نستخدم إختبار المعنوية لأهمية البعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (4-8) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الاقتصادي

	Test value =3					
	t	درجة الحرية	مستوى الدلالة sig	فرق الإنحراف	مجال الثقة في حدود 95%	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
البعد الاقتصادي	3.557	107	0.000	0.40509	0.3139	0.4962

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال النتائج المبينة في الجدول (4-8) يتضح لنا أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وأن قيمة $t = 3.557$ عند درجة الحرية (107)، وبمراعاة إشارة t الموجبة، التي تدل على أن آراء أفراد العينة متمركزة في خانة الموافقة على توافر الإدراك لأهمية البعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي تنص على:

"يتوافر الإدراك بأهمية البعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

ويمكن تفسير ذلك إلى القراءة الإيجابية لنتائج الاستبيان الذي يدعم حرص الإطارات في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال البعد الاقتصادي، وهذا ما لمس الطالب ميدانياً.

2- تحليل الفرضية الفرعية الثانية: لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائياً كالتالي:

H_0 : لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H_1 : يتوافر الإدراك بأهمية البعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وللقيام بهذا الاختبار نستخدم إختبار المعنوية لأهمية البعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (4-9) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الاخلاقي

	Test value =3					
	t	درجة الحرية	مستوى الدلالة sig	فرق الإنحراف	مجال الثقة في حدود 95%	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
البعد القانوني	3.070	107	0.00	0.38542	0.2998	0.47

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال النتائج المبينة في الجدول (4-9) يتضح لنا أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وأن قيمة $t = 3.070$ عند درجة الحرية (107)، وبمراعاة إشارة t الموجبة، التي تدل على أن آراء أفراد العينة متمركزة في خانة الموافقة على توافر الإدراك لأهمية البعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة ، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي تنص على:

"يتوافر الإدراك بأهمية البعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

وذلك يعود إلى القراءة الإيجابية لنتائج الاستبيان الذي يدعم حرص الإطارات في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال البعد القانوني، وهذا ما لمس الطالب ميدانيا.

3- تحليل الفرضية الفرعية الثالثة: لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H_0 : لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H_1 : يتوافر الإدراك بأهمية البعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وللقيام بهذا الاختبار نستخدم إختبار المعنوية لأهمية البعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (4-10) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الأخلاقي

	Test value =3					
	t	درجة الحرية	مستوى الدلالة sig	فرق الإنحراف	مجال الثقة في حدود 95%	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
البعد الأخلاقي	2.877	107	0.000	0.38	0.26	0.49

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال النتائج المبينة في الجدول (4-10) يتضح لنا أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وأن قيمة $t = 2.877$ عند درجة الحرية (107)، وبمراعاة إشارة t الموجبة، التي تدل على أن آراء أفراد العينة متمركزة في خانة الموافقة على توافر الإدراك لأهمية البعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي تنص على:

"يتوافر الإدراك بأهمية البعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

وذلك يعود إلى القراءة الإيجابية لنتائج الاستبيان الذي يدعم حرص الإطارات في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال البعد الأخلاقي، وهذا ما لمس الطالب ميدانيا.

4- تحليل الفرضية الفرعية الرابعة: لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H_0 : لا يتوافر الإدراك بأهمية البعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H_1 : يتوافر الإدراك بأهمية البعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وللقيام بهذا الاختبار نستخدم إختبار المعنوية لأهمية البعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (4-11) إختبار المعنوية لمحور أهمية البعد الخيري

	Test value =3					
	t	درجة الحرية	مستوى الدلالة sig	فرق الإنحراف	مجال الثقة في حدود 95%	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
البعد الخيري	2.877	107	0.000	0.38	0.26	0.49

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال النتائج المبينة في الجدول (4-11) يتضح لنا أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وأن قيمة t ($2.877 = t$) عند درجة الحرية (107)، وبمراعاة إشارة t الموجبة، التي تدل على أن آراء أفراد العينة متمركزة في خانة الموافقة على توافر إدراك لأهمية البعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي تنص على:

"يتوافر الإدراك بأهمية البعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

وذلك يعود إلى القراءة الإيجابية لنتائج الاستبيان الذي يدعم حرص الإطارات في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال البعد الخيري، وهذا ما لمس الطالب ميدانياً.

المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الثانية

سنقوم هنا بعرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، من خلال محاولة تشخيص ووصف مستوى إدراك متغيرات الدراسة، وتحليلها وتفسيرها، وذلك من خلال حساب كل من:

- المتوسط الحسابي المرجح: وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل فقرة أو بعد.

- الانحراف المعياري: وذلك بغية التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل فقرة أو بعد، ويوضح أيضاً التشتت في استجابات أفراد الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، أما في حال كانت قيمته أكبر من أو تساوي الواحد فهذا يعني تشتت الإجابات وعدم تركيزها، كما أنه يفيد أيضاً في ترتيب العبارات أو الفقرات لصالح الأقل تشتتاً عند تساوي المتوسط الحسابي المرجح بينهما، وذلك باختبار الفرضية الرئيسية الثانية، وتجد الإشارة هنا إلى أنه تم تحويل الفرضيات الخاصة بالمستوى إلى فرضيات إحصائية كالآتي:

-تحليل الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H0: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

H1: يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

ومن اختبار الفرضيات الفرعية، كما يلي:

1- تحليل الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H0: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

H1: يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

ومن أجل تحليل هذه الفرضية ودراستها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة أهمية البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول (4-12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد الاقتصادي

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محور البعد الاقتصادي
			الفقرة
موافق تماما	0,52950	4,6667	في رأيك يجب على المؤسسة توفير منتجاتها بالسعر المناسب.
موافق تماما	0,63222	4,4537	من وجهة نظرك يتوجب على المؤسسة تقديم منتجاتها بكفاءة.
موافق تماما	0,67261	4,4259	أعتقد أنه يجب على المؤسسة تطبيق مواصفات الجودة الشاملة في منتجاتها.
موافق	0,72773	4,2222	حسب رأيك فإنه على المؤسسة التكفل بانشغالات الزبائن في الوقت المناسب.
موافق تماما	0,72678	4,2963	حسب اعتقادك فإنه على المؤسسة استخدام التكنولوجيا للحفاظ على البيئة من التلوث، كتدوير المنتجات مثلا.
موافق تماما	0,70078	4,4352	حسب منظورك فإنه يتوجب على المؤسسة الاهتمام بتحسين مستوى الموظفين من أجل الرفع من الأداء الوظيفي.
موافق تماما	0,72392	4,4074	حسب رأيك فإنه يجب أن تحرص المؤسسة على توضيح أي تغيرات في أسعار منتجاتها المقدمة.
موافق تماما	0,74883	4,3333	في نظرك أنه على المؤسسة الاهتمام ببرامج البحث والتطوير لمنتجاتها وتحسين النوعية.
مرتفع	0,47786	4,4051	المجموع العام

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-12)، أن المتوسط العام المرجح لمحور البعد الاقتصادي بلغ (4.4051)، بانحراف معياري قدره (0.47786)، مما يشير إلى عدم وجود تباين في إجابات أفراد العينة الشيء الذي يدل على اتفاق على آراء واتجاهات أفراد العينة إلى أن مستوى إدراكهم للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية محل الدراسة هو مرتفع أي أنهم يدركون جيدا أهمية البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تنص على:

"يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الاقتصادي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة".

2- تحليل الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H0: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

H1: يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

ومن أجل تحليل هذه الفرضية ودراستها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة أهمية البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول (4-13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد القانوني

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محور البعد القانوني
			الفقرة
موافق تماما	0,73970	4,4352	برأيك أنه على المؤسسة العمل ضمن التعليمات التي سطرها ضمن القانون الداخلي.
موافق تماما	0,68982	4,3611	حسب رأيك فإنه على المؤسسة احترام قوانين العمل وسلامة الموظفين.
موافق تماما	0,66977	4,3333	في نظرك يجب على المؤسسة احترام المواثيق والمعاهدات الوطنية.
موافق تماما	0,76183	4,2870	من وجهة نظرك فإنه على المؤسسة المساهمة مع الهيئات ذات التوجه الداعم لحماية للبيئة.
موافق تماما	0,69489	4,3889	حسب رأيك فإن المؤسسة ملزمة بتجنب إلحاق الضرر في حق العملاء.
موافق تماما	0,67971	4,3796	من وجهة نظرك أن المؤسسة ملزمة باحترام الشروط المبرمة مع مختلف العملاء.
موافق تماما	0,71205	4,4167	في تقديرك فإنه على المؤسسة تحمل مسؤولياتها نتيجة الأخطاء في منتجاتها المقدمة.
موافق تماما	0,63366	4,4815	بحسب اعتقادك يجب على المؤسسة الاقتصاد في استعمال مصادر الطاقة.
مرتفع	0,44895	4,3854	المجموع العام

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-13)، أن المتوسط العام المرجح لمحور البعد القانوني بلغ (4.3854)، بانحراف معياري قدره (0.44895)، مما يشير إلى عدم وجود تباين في إجابات أفراد العينة الشيء الذي يدل على اتفاق على آراء واتجاهات أفراد العينة إلى أن مستوى إدراكهم للبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة

الاقتصادية محل الدراسة هو مرتفع أي أنهم يدركون جيدا أهمية البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي تنص على:

"يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد القانوني لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة".

3- تحليل الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H_0 : لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

H_1 : يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

ومن أجل تحليل هذه الفرضية ودراستها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة أهمية البعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول (4-14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد الاخلاقي

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محور البعد الاخلاقي
			الفقرة
موافق تماما	0,74929	4,4074	من وجهة نظرك إنه على المؤسسة مراعاة القيم الأخلاقية للمجتمع.
موافق تماما	0,63147	4,4444	في رأيك أنه على المؤسسة أن تعمل على تكافؤ الفرص في توظيف العمال.
موافق تماما	0,78466	4,3981	تعتقد أنه المؤسسة ملزمة باحترام مبادئ المنافسة الشريفة.
موافق تماما	0,76456	4,4352	بحسب رأيك فإنه على المؤسسة المساهمة في الحملات التحسيسية والتوعوية لفائدة المجتمع.
موافق تماما	0,85420	4,4074	أعتقد أنه على المؤسسة احترام معتقدات المجتمع الذي تنشط فيه.
موافق تماما	0,86327	4,2407	حسب منظورك يجب على المؤسسة تكييف أهدافها مع أهداف المجتمع.
موافق تماما	0,88934	4,3519	في تقديرك أنه على المؤسسة التفاعل بإيجابية مع حوادث العمل والتعويضات الناتجة عنها.
مرتفع	0,60219	4,3836	المجموع العام

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-14)، أن المتوسط العام المرجح لمحور البعد الاخلاقي بلغ (4.3836)، بانحراف معياري قدره (0.60219)، مما يشير إلى عدم وجود تباين في إجابات أفراد العينة الشيء الذي يدل على اتفاق على آراء واتجاهات أفراد العينة إلى أن مستوى إدراكهم للبعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية محل الدراسة هو مرتفع أي أنهم يدركون جيدا أهمية البعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تنص على:

"يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الأخلاقي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة".

4- تحليل نتائج الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H0: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

H1: يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

ومن أجل تحليل هذه الفرضية ودراستها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة أهمية البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول (4-15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للبعد الخيري

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محور البعد الخيري
			الفقرة
موافق تماما	0,84417	4,2500	من وجهة نظرك يجب تخصيص جزء من أرباح المؤسسة لدعم الهيئات والمشاريع الخيرية.
موافق تماما	0,73689	4,2870	حسب رأيك يستوجب على المؤسسة المساهمة في برامج دعم المحتاجين والفقراء.
موافق	0,83094	4,1019	حسب منظورك أنه على المؤسسة المساهمة في إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع كالمدراس والمستشفيات.
موافق	0,78466	4,1019	في نظرك يجب على المؤسسة المساهمة في خلق فرص لتوظيف ذوي الاحتياجات الخاصة.
موافق تماما	0,75453	4,3056	تعتقد أنه على المؤسسة تقديم المساعدة في حالات حدوث الكوارث كالزلازل والفيضانات والحرائق.
موافق	0,82844	4,1204	في رأيك أنه على المؤسسة القيام برعاية أنشطة وبرامج تعليمية وثقافية، صحية ورياضية.
موافق تماما	0,74675	4,2778	في اعتقادك أنه على المؤسسة القيام بزيارات دورية لدعم وتفقد دور الأيتام والعجزة وذوي الاحتياجات الخاصة.
مرتفع	0,62479	4,2063	المجموع العام

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتضح من خلال الجدول (4-15)، أن المتوسط العام المرجح لمحور البعد الخيري بلغ (4.2063)، بانحراف معياري قدره (0.62479)، مما يشير إلى عدم وجود تباين في إجابات أفراد العينة الشيء الذي يدل على اتفاق على آراء واتجاهات أفراد العينة إلى أن مستوى إدراكهم للبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة

الاقتصادية محل الدراسة هو مرتفع أي أنهم يدركون جيدا أهمية البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية، وبناء عليه يتم رفض الفرضية العدمية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تنص على:

"يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للبعد الخيري لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة".

5- تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الرئيسية الثانية على أنه: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H0: لا يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

H1: يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة.

الجدول (4-16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لمستوى الادراك

للمسؤولية الاجتماعية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	محاوَر المسؤولية الاجتماعية	
مرتفع	0,47786	4,4051	البعد الاقتصادي	1
مرتفع	0,44895	4,3854	البعد القانوني	2
مرتفع	0,60219	4,3836	البعد الأخلاقي	3
مرتفع	0,62479	4,2063	البعد الخيري	4
مرتفع	0.41094	4.3451	الدراسة ككل	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال الجدول (4-16) أعلاه: نجد المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لإجابات إطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة على عبارات استبيان المسؤولية الاجتماعية بلغ **4.3451** وانحراف معياري بلغ **0.41094** كما يشير الجدول إلى أن مستوى إدراك المسؤولية الاجتماعية لإطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة جاءت بالمستوى المرتفع.

من خلال اختبار الفرضيات الأربعة السابقة وبناء عليه يتم رفض الفرضية الرئيسية العدمية H_0 ونقبل الفرضية الرئيسية البديلة H_1 والتي تنص على:

"يوجد مستوى مرتفع من الإدراك للمسؤولية الاجتماعية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية بمدينة الجلفة عند مستوى الدلالة".

المطلب الرابع: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

تنص الفرضية الرئيسية الثالثة على أنه "لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الأقدمية، مؤسسة العمل) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

قصد اختبار مدى صحة الفرضيات التي تدرس الفروق ذات الدلالة الاحصائية والتي تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية فإنه يتم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA وتنقسم الفرضية الأساسية الى مجموعة فرضيات فرعية كما يلي:

1. تحليل الفرضية الفرعية الأولى حسب متغير النوع

تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للجنس لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة، تصبح هذه الفرضية إحصائياً كالتالي:

H_0 : لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للجنس لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

H_1 : توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للجنس لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

الجدول (4-17) اختبار تباين الفروقات للمسؤولية الاجتماعية حسب النوع

المسؤولية الاجتماعية	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة sig
بين المجموعات	0.102	1	0.102	0.601	0.440
خارج المجموعات	17.967	106	0.170		
المجموع	18.069	107			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتبين من خلال الجدول (4-17) وبالرجوع إلى قيمة Sig المساوية ل: 0.440 والتي هي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة ، ومنه نقول أنه لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للجنس لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وهذا يدل على أن كل من الذكور والاناث في العينة لا توجد بينهم فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية، ويرجع ذلك الى أن معظم أفراد العينة في المؤسسات الثلاثة من فئة الذكور بنسبة 70.4%.

2. تحليل الفرضية الفرعية الثانية حسب متغير العمر

تنص الفرضية الفرعية الاولى على أنه: "لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للعمر لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة"، لتصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:
H0: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للعمر لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

H1: توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للعمر لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

الجدول (4-18) إختبار تباين الفروقات المسؤولية الاجتماعية حسب العمر

المسؤولية الاجتماعية	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة sig
بين المجموعات	4.107	3	1.369	10.197	0.000
خارج المجموعات	13.962	104	0.134		
المجموع	18.069	107			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتبين من خلال الجدول (4-18) وبالرجوع إلى قيمة Sig المساوية ل: 0.000 والتي هي أصغر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، ومنه نقول أنه توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للعمر لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وهذا يتوجب علينا إجراء اختبار بعدي Post Hoc وذلك من أجل تحديد أي فئة عمرية التي كانت السبب في وجود الفروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للعينة محل الدراسة، ويتم تحديدا استعمال اختبار LSD والذي يعني اقل فرق معنوي، وذلك للتعرف اين تكمن معنوية الفروق.

الجدول (4-19) إختبار المقارنة البعدية للمسؤولية الاجتماعية حسب العمر

العمر (I)	العمر (J)	فرق الأوساط (I-J)	خطأ معياري	مستوى الدلالة Sig
أقل من 30 سنة	من 30 الى 39 سنة	,11694	,10077	,249
	من 40 الى 49 سنة	-,30428*	,09994	,003
	50 سنة فأكثر	,15435	,15328	,316
من 30 الى 39 سنة	أقل من 30 سنة	-,11694	,10077	,249
	من 40 الى 49 سنة	-,42122*	,08196	,000
	50 سنة فأكثر	,03742	,14221	,793
من 40 الى 49 سنة	أقل من 30 سنة	,30428*	,09994	,003
	من 30 الى 39 سنة	,42122*	,08196	,000
	50 سنة فأكثر	,45864*	,14162	,002
50 سنة فأكثر	أقل من 30 سنة	-,15435	,15328	,316
	من 30 الى 39 سنة	-,03742	,14221	,793
	من 40 الى 49 سنة	-,45864*	,14162	,002

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال الجدول (4-19) وبالرجوع الى قيمة (sig) يلاحظ أنها كانت معنوية أكثر بالنسبة للفئة العمرية (من 40 الى 49 سنة) وهذا ما يفسر وجود الفروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للعمر لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، ويرجع ذلك الى كون معظم افراد العينة تنتمي الى الفئة العمرية الثالثة، وهي فئة عمرية مخضمة بين الجيل الجديد والجيل القديم في مختلف المؤسسات عينة الدراسة، باعتبار تفاوت الرؤية لموضوع المسؤولية الاجتماعية عند هذه الفئة تحديدا لعوامل كثيرة، مثل مزجها بين الخبرة المهنية والتعليم الجامعي وهو ما يولد هذه الفروق في مفهومها لمصطلح المسؤولية الاجتماعية، فنجد تلك النزعة الأكاديمية تارة عند أفراد هذه الفئة وتلك النزعة نسبة لخبرتهم في مجال المؤسسات الاقتصادية تارة أخرى، هذا إذا أخذنا في الحسبان القصور الأكاديمي عند أغلب المؤسسات الاقتصادية.

3. تحليل الفرضية الفرعية الثالثة حسب متغير المؤهل العلمي

تنص الفرضية الفرعية الاولى على أنه: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للمؤهل العلمي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائيا كالتالي:

H0: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للمؤهل العلمي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

H1: توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للمؤهل العلمي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

الجدول (4-20) اختبار تباين الفروقات المسؤولية الاجتماعية حسب المؤهل العلمي

المسؤولية الاجتماعية	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة sig
بين المجموعات	1.823	3	0.608	3.889	0.011
خارج المجموعات	16.246	104	0.156		
المجموع	18.069	107			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتبين من خلال الجدول (4-20) وبالرجوع إلى قيمة Sig المساوية ل: 0.011 والتي هي أصغر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، ومنه نقول أنه توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للمؤهل العلمي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وهذا يتوجب علينا إجراء اختبار بعدي Post Hoc وذلك من أجل تحديد أي فئة للمؤهل التي كانت السبب في وجود الفروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للعينة محل الدراسة، ويتم تحديدا استعمال اختبار LSD والذي يعني اقل فرق معنوي، وذلك للتعرف اين تكمن معنوية الفروق.

الجدول (4-21) إختبار المقارنة البعدية للمسؤولية الاجتماعية حسب المؤهل

العمر (I)	العمر (J)	فرق الأوساط (I-J)	خطأ معياري	Sig مستوى الدلالة
ثانوي فأقل	تقني /تقني سامي	,28858	,14876	,055
	جامعي	-,02667	,13484	,844
	دراسات عليا	-,02582	,16625	,877
تقني /تقني سامي	ثانوي فأقل	-,28858	,14876	,055
	جامعي	-,31525*	,09524	,001
	دراسات عليا	-,31440*	,13611	,023
جامعي	ثانوي فأقل	,02667	,13484	,844
	تقني /تقني سامي	,31525*	,09524	,001
	دراسات عليا	,00084	,12074	,994
دراسات عليا	ثانوي فأقل	,02582	,16625	,877
	تقني /تقني سامي	,31440*	,13611	,023
	جامعي	-,00084	,12074	,994

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال الجدول (4-21) وبالرجوع الى قيمة (sig) يلاحظ أنها كانت معنوية أكثر بالنسبة لفئة المؤهل العلمي (تقني /تقني سامي) وهذا ما يفسر وجود الفروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للمؤهل العلمي لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، ويرجع ذلك الى كون معظم افراد العينة تنتمي الى فئة المؤهل العلمي الثانية والتي تتمثل في فئة التقنيين، حيث يفسر هذا الاختلاف في الادراك كون الاطارت التقنيين ونظرا لتكوينهم في المعاهد والمراكز المهنية ذو طبيعة تقنية بحتة بعيدة عن الاسلوب الاكاديمي الذي يتميز بمعالجة موضوع المسؤولية الاجتماعية من جميع النواحي، وبالتالي ادراك المسؤولية الاجتماعية لصاحب التكوين التقني أضعف نسبيا مقارنة بصاحب التكوين الاكاديمي الجامعي.

4. تحليل الفرضية الفرعية الرابعة حسب متغير سنوات الأقدمية

تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لسنوات الأقدمية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائياً كالتالي:

H0: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لسنوات الأقدمية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

H1: توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لسنوات الأقدمية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

الجدول (4-22) اختبار تباين الفروقات المسؤولية الاجتماعية حسب سنوات الأقدمية

المسؤولية الاجتماعية	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة sig
بين المجموعات	0.336	3	0.112	0.657	0.581
خارج المجموعات	17.733	104	0.171		
المجموع	18.069	107			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتبين من خلال الجدول (4-22) وبالرجوع إلى قيمة Sig المساوية لـ: 0.581 والتي هي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية H0 ونرفض الفرضية البديلة H1، ومنه نقول أنه لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لسنوات الأقدمية لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وهذا يدل على أن جميع الإطارات في عينة المؤسسات المدروسة سواء الإطارات القديمة والجديدة ليس عندهم اختلاف في إدراك المسؤولية الاجتماعية.

5. تحليل الفرضية الفرعية الخامسة حسب متغير مؤسسة العمل

تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لمؤسسة العمل لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة.

تصبح هذه الفرضية إحصائياً كالتالي:

H0: لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لمؤسسة العمل لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

H1: توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لمؤسسة العمل لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

الجدول (4-23) إختبار تباين الفروقات المسؤولية الاجتماعية حسب مؤسسة العمل

المسؤولية الاجتماعية	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة sig
بين المجموعات	4.027	3	2.013	15.055	0.000
خارج المجموعات	14.042	105	0.134		
المجموع	18.069	107			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

يتبين من خلال الجدول (4-23) وبالرجوع إلى قيمة Sig المساوية ل: 0.000 والتي هي أصغر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، ومنه نقول أنه توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لمؤسسة العمل لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وهذا يتوجب علينا إجراء اختبار بعدي Post Hoc وذلك من أجل تحديد أي فئة حسب مؤسسة العمل التي كانت السبب في وجود الفروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للعينة محل الدراسة، ويتم تحديدا استعمال اختبار LSD والذي يعني اقل فرق معنوي، وذلك للتعرف اين تكمن معنوية الفروق، او بمعنى آخر أي من الفروق الضمنية الذي هو أكثر تأثيرا والذي أدى الى تباين واختلاف اجابات العينة محل الدراسة وهذا الاختبار يسهل بالكشف عن ذلك، خاصة وان هذا العنصر من الفروقات (مؤسسة العمل) يتأثر كثيرا نظرا لاختلاف بيئة المؤسسات الثلاثة والتي هي محل الدراسة الحالية، وهذا ما سيتحدد في الجدول الموالي.

الجدول (4-24) إختبار المقارنة البعدية للمسؤولية الاجتماعية حسب مؤسسة العمل

العمر (I)	العمر (J)	فرق الأوساط (I-J)	خطأ معياري	مستوى الدلالة Sig
سونلغاز	نفظال	,17886*	,08180	,031
	اتصالات الجزائر	,49579*	,09058	,000
نفظال	سونلغاز	-,17886*	,08180	,031
	اتصالات الجزائر	,31694*	,08966	,001
اتصالات الجزائر	سونلغاز	-,49579*	,09058	,000
	نفظال	-,31694*	,08966	,001

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS الإصدار 26

من خلال الجدول (4-24) وبالرجوع الى قيمة (sig) يلاحظ أنها كانت معنوية أكثر عند فئة إطارات (مؤسسة اتصالات الجزائر) وهذا ما يفسر وجود الفروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى لمؤسسة العمل لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وبالرغم من أن عينة إطارات مؤسسة اتصالات الجزائر تمثل أقلية بنسبة 25.9% إلا أنها كانت السبب في إحداث الفروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية، ويمكن تفسير ذلك لكون المؤسسة خدمية بنسبة كبيرة مقارنة بمؤسسة نפטال وسونلغاز التي تتميز بكونها مختلطة بين الخدمية والانتاجية، وبالتالي البعد الاقتصادي والقانوني أقل وضوحا لدى إطارات مؤسسة اتصالات الجزائر مقارنة بإطارات المؤسسة الأخرى.

ويرى الطالب كذلك بأن الدورات التكوينية لدى مؤسسة نפטال مثلا فعالة في توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية وهذا ما تعكسه تصرفات المؤسسة ميدانيا.

تم التوصل الى أنه لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث (النوع، سنوات الأقدمية) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وكذلك تم التوصل الى وجود فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث (العمر، المؤهل العلمي، مؤسسة العمل) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

من خلال هذا المبحث نهدف إلى عرض أهم النتائج المتوصل إليها، كما سنقوم بمناقشتها على ضوء ما طرحته الدراسات السابقة المشار إليها في فصل الدراسات التطبيقية، وذلك وفق متغيرات الدراسة، حيث أن الدراسات السابقة تشمل المسؤولية الاجتماعية للمنظمات ولكن تختلف حسب عدد المتغيرات المتناولة والأبعاد المعالجة وطريقة إجراء التحليل وهذا ما سنتناوله كآلي:

المطلب الأول: مناقشة النتائج المتعلقة بتوافر ومستوى الإدراك للمسؤولية الاجتماعية

الفرع الأول: مناقشة النتائج المتعلقة بتوافر الإدراك لأهمية المسؤولية الاجتماعية

أظهرت نتائج الدراسة الحالية على توافر الإدراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية بأبعادها: البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاخلاقي، البعد الخيري، في مختلف مؤسسة محل الدراسة (اتصالات الجزائر، نفضال، مؤسسة سونلغاز)، وذلك وفق رأي أفراد عينة الدراسة من مختلف الاطارات.

ويفسر الطالب هذه النتيجة الى كون إطارات المؤسسات محل الدراسة تمتلك إدراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية والتي تندرج ضمن ثقافة تنظيمية عريقة مستمدة من خبرة اطاراتها التي اكتسبوها عبر سنوات العمل بالمؤسسة، ويتم نقلها للموظفين الجدد، وتلعب الثقافة دورا في مجال المشاركة الاجتماعية، فالثقافة هي همزة الوصل بين الفرد والواقع الاجتماعي، اضافة الى التكوين الاكاديمي الجامعي لأغلب أفراد العينة الذي يساهم بشكل كبير في ترسيخ مفهوم واهمية المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد العينة.

وتأتي النتائج المتعلقة بتوافر الإدراك للمسؤولية الاجتماعية متوافقة مع دراسة دراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020) حيث يسجل وجود ادراك من قبل مدراء الانتاج والعمليات في الشركة المبحوثة بخصوص مبادئ المسؤولية الاجتماعية، واتفقت كذلك مع دراسة (سمية دربال، 2019) حيث يوجد إدراك لدى مسيري المؤسسات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، واتفق كذلك مع دراسة (فؤاد الحمدي، 2008) حيث توصلت الى توفر إدراك لدى مدراء المؤسسات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، واتفق كذلك مع دراسة (فاطمة المنصوري، 2006) حيث توصلت بأنه يوجد إدراك لدى مدراء المنظمات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، واتفق كذلك مع دراسة (Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi ,)

(2017) حيث أن المديرين عينة الدراسة لديهم إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات، كذلك تتفق مع دراسة

(PHAM Duc Hieu, 2011) حيث توصلت الى أن نسبة كبيرة من المديرين لهم تصور ووعي بنسبة كبيرة حيث يوجد موقف إيجابي تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات.

أما بخصوص الدراسات التي لا تتفق مع الدراسة الحالية من حيث عدم وجود او ضعف الادراك للمسؤولية الاجتماعية فنجد دراسة (عادل نقموش، 2021) حيث توصلت الى أن عينة الدراسة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير واعية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ونجد كذلك دراسة (محمد بلعربي، 2020) حيث توصلت الى عدم وجود خلفية عن مصطلح المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب أفراد مجتمع الدراسة المتمثل في مسيري الشركات الناشطة بولاية غرداية، كذلك دراسة (M. Suto and H. Takehara , 2018) حيث توصلت الى فجوات قائمة بين وعي المديرين بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وانشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الممارسة في اليابان، كذلك نجد في دراسة (Kenneth M Amaeshi, Bongo C Adi, Chris Ogbechie,) Olufemi O Amao, 2006) حيث ان فهم المسؤولية الاجتماعية وممارستها لدى المؤسسات عينة الدراسة في نيجيريا يعتبرها شكلا من الأعمال الخيرية وبالتالي هناك قصور وضعف في الادراك للمسؤولية الاجتماعية اجمالا، وكذلك الحال بالنسبة دراسة (Bala Ramasamy and Hung Woan Ting, 2004) حيث هناك ضعف الادراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات لدى فئة الموظفين في المنظمات المحلية في ماليزيا وسنغافورة.

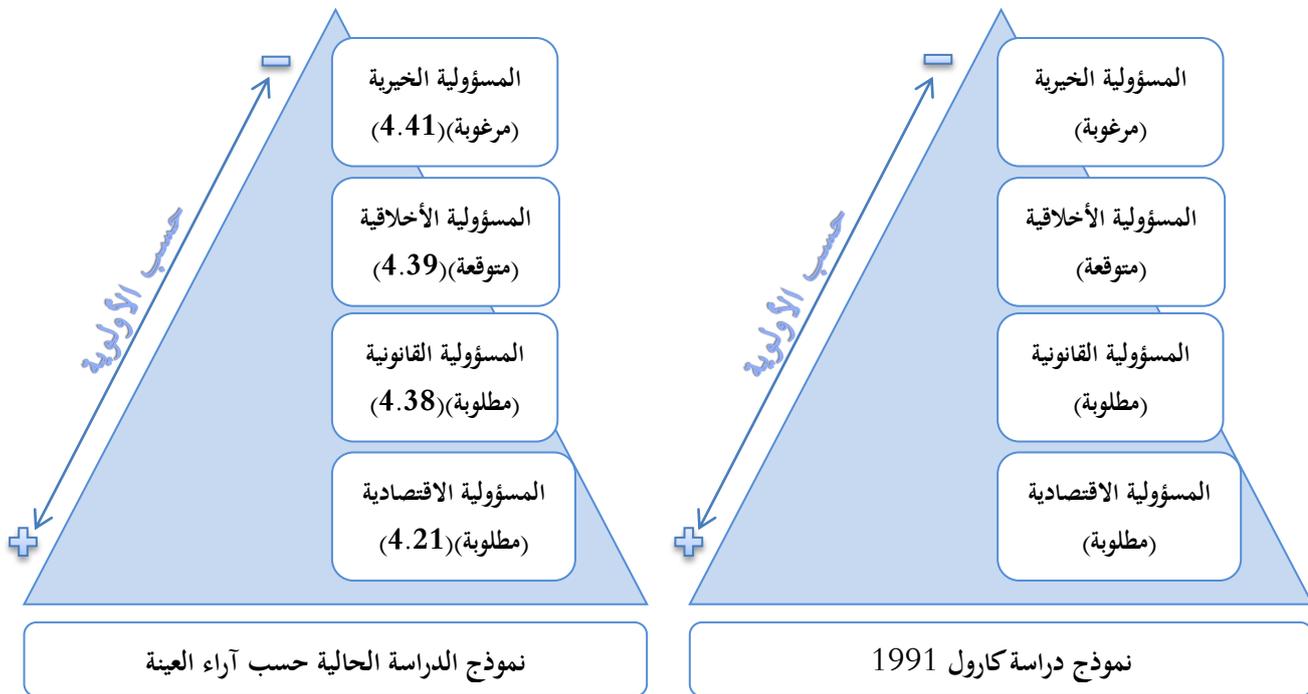
الفرع الثاني: مناقشة النتائج المتعلقة بمستوى الادراك للمسؤولية الاجتماعية

أظهرت نتائج الدراسة بخصوص مستوى إدراك إطارات المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات بأبعادها (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاخلاقي، البعد الخيري)، كان مرتفعا على مستوى كل الأبعاد وكذلك بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية بصفة عامة، وذلك وفقا للمقياس الذي تم وضعه والمرتبط بالتوجه العام، حيث كانت الاجابات حسب مقياس الاستبانة تتراوح بين موافق وموافق تماما.

ويعزو الطالب ذلك الى الوضوح في فقرات الاستبيان والتي أدت الدور الذي وضعت من أجله الاستبانة، وكذلك الى ذلك الادراك والفهم العميق بمختلف جوانب المسؤولية الاجتماعية وأبعادها حسب ما تم اعتماده بناء على هرم كارول والذي يشمل الأبعاد (الاقتصادية، والقانونية، والاخلاقية، والخيرية).

من خلال الشكل (4-7) أسفله، يلاحظ بأن هذه النتائج تتوافق مع النموذج الهرمي لترتيب أبعاد المسؤولية الاجتماعية الذي وضعه الطالب ، وهذا ما يدعم بقوة الدراسة الحالية كونها تتطابق مع نموذج دراسة كارول الذي وضعه سنة 1991، حيث تأتي المسؤولية الاقتصادية في هرم كارول في القاعدة بمستوى أولوية كبير كون هذا البعد مطلوب من طرف المجتمع وأصحاب المصالح بصفة عامة وهذا ما توصلت اليه الدراسة الحالية حيث يمثل البعد الاقتصادي أولوية في المرتبة أولى وذلك بناء على إجابات إطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، كذلك نجد في هرم كارول ان للبعد القانوني اولوية في المرتبة الثانية وهذا ما توصلت اليه نتائج الدراسة الحالية والتي سجلت اولوية للمسؤولية القانونية في المرتبة الثانية، وحيث نشير بأن المسؤولية القانونية أمر مطلوب أكثر بصفة تنظيمية كالقوانين حكومية مثلا، لنجد بعد ذلك بأن المسؤولية الاخلاقية ضمن المرتبة الثالثة ضمن هرم كارول والذي تتطابق معه نتائج الدراسة الحالية، لنجد أخيرا بأن المسؤولية الخيرية على رأس الهرم والتي تعتبر تتويجا وسموا للمسؤولية الاجتماعية كونها مرغوبة وتمثل قناعة راسخة لدى المنظمة غير مفروضة وتأتي بشكل طوعي.

الشكل (4-7) مقارنة بين نموذج كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ونموذج نتائج الدراسة الحالية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الشكل (1-2) و نتائج الدراسة الحالية

وتأتي نتائج الدراسة الحالية المتعلقة بمستوى إدراك إطارات المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات متوافقة مع دراسة (محمد محمود وعلي العابدي وغانم الكيكي، 2020) حيث يوجد نسبة استجابة عالية من

جانب الافراد المبحوثين حول فقرات متغيرات البحث بشكل عام، وهذا يعني ان مستوى إدراك المبحوثين لمبادئ المسؤولية الاجتماعية لادارة سلسلة التجهيز في الشركة كان عاليا، ونجد كذلك دراسة

(بوتيارة عنزة وواضح فواز وحسين الأمين شريط، 2016) حيث توصلت الى وجود إدراك مرتفع للمسؤولية الاجتماعية لدى مسؤولي وإداري مصانع البلاط في ولاية المسيلة، كذلك نجد دراسة (محمد مجيد هاتف، 2006) التي توصلت الى أن أفرد من الادارات الوسطى والعليا تدرك المسؤولية الاجتماعية بمستوى مرتفع، واتفقت كذلك مع دراسة (Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi, 2017) التي توصلت الى أن المديرين لديهم درجة عالية من إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتتفق كذلك مع دراسة (PHAM Duc Hieu, 2011) التي توصلت الى أن نسبة كبيرة من المديرين لهم تصور ووعي بنسبة كبيرة حيث يوجد موقف إيجابي تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات.

أما بخصوص الدراسات التي لا تتفق أو تختلف عموما مع الدراسة الحالية بخصوص مستوى ادراك المسؤولية الاجتماعية فنجد دراسة (محمد فلاق، 2014) حيث وجد أن إدراك المسؤولية الاجتماعية كان متوسطا على لدى مدراء المؤسسات محل الدراسة، كذلك الحال مع دراسة (Öznur Bozkurt, 2019) حيث اتجهت المبحوثين اتجاه المسؤولية الاجتماعية كانت منخفضة، ونجد كذلك دراسة (Bala Ramasamy and Hung Woan Ting, 2004) حيث سجل مستوى منخفض من الادراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات لدى فئة الموظفين في المنظمات المحلية في ماليزيا وسنغافورة.

المطلب الثاني: مناقشة النتائج المتعلقة بالفروقات في الادراك للمسؤولية الاجتماعية لدى أفراد عينة

الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث (النوع، سنوات الأقدمية) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وكذلك تم التوصل الى وجود فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث (العمر، المؤهل العلمي، مؤسسة العمل) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

وتأتي هذه النتائج متفقة مع دراسة (سمية دربال، 2019) من حيث وجود فروق للخصائص الوظيفية تعزى للمؤهل العلمي، ولا تتوافق مع ذات الدراسة من حيث عدم وجود فروقات للخصائص الوظيفية تعزى للخبرة المهنية وسنوات الأقدمية التي لا يوجد بها فروقات في الدراسة الحالية، كما أن الدراسة الحالية لا تتفق مع دراسة (Muhammad Adnan, Abdurrahman Al-Aali, 2013) حيث توصلت الدراسة أنه يوجد فروقات بين اجابات المبحوثين تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية (النوع، الخبرة المهنية) وهذا لا يتفق مع الدراسة الحالية والتي توصلت الى عدم وجود فروق في اجابات المبحوثين تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية (النوع، الخبرة المهنية).

يفسر هذا الاختلاف الى نوع العينة حسب كل دراسة وكذلك يرجع ذلك الى بيئة العمل كون النسبة الغالبة في الدراسة الحالية من فئة الشباب والتي بلغت 38% فالعينة تختلف خصائصها حسب بيئة عملها وبالتالي اختلاف المنظمات لذلك يتم تسجيل هذا الاختلاف في نتائج الدراسات بحسب خصائص افراد العينات الوظيفية والشخصية.

خلاصة الفصل:

قمنا في هذا الفصل بإجراء دراسة تمحورت حول مدى إدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر إطارات المؤسسات الاقتصادية، وقد تم إجراء الدراسة الميدانية في ثلاث مؤسسات اقتصادية عمومية وهي (اتصالات الجزائر، مؤسسة سونلغاز، مؤسسة نפטال)، حيث تم إعداد الاستبانة بناء على أبعاد المتغيرات والتي تم قياسها بفقرات مأخوذة من الدراسات السابقة لموضوع الدراسة، وتم اثراؤها وتنقيحها من طرف اساتذة محكمين في الاختصاص وفي علم النفس.

وباستعمال برنامج ال SPSS قمنا بتفريغ البيانات واجراء التحليلات اللازمة من اجل اختبار فرضيات البحث، وقد تم التوصل إلى: وجود إدراك لدى عينة الإطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بأهمية المسؤولية الاجتماعية، كما تم أنه يوجد مستوى مرتفع من الادراك لدى عينة الإطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية.

كما قمنا بمناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري لمتغيرات البحث، حيث تشابهت النتائج التطبيقية مع الدراسات السابقة في أغلب الاختبارات، ويرجع هذا إلى وجود أساس نظري قوي تناول بالتحليل والتفسير كل المتغيرات المدروسة وعلاقتها بالأداء المؤسسي بكل أبعاده ومعاييره، ويمكننا القول أن الإطار التطبيقي لدراستنا يدعم الأساس النظري و يوافقه.

الخاتمة

خاتمة:

بغية الإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة، وذلك بمحاولة البحث عن مدى إدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية من خلال دراسة لعينة من إطارات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وتحديدًا بمدينة الجلفة، قمنا بداية بدراسة الجانب النظري من أجل ضبط الحثيات النظرية فتطرقنا إلى الأدبيات النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومنظمات الأعمال، ثم تعرضنا إلى دراسة مسحية للدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع دراستنا الحالية، وللإجابة على إشكالية الدراسة كان لا بد من إجراء دراسة ميدانية للتمكن من معرفة مدى الإدراك للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من خلال استطلاع آراء عينة من إطارات المؤسسات محل الدراسة، في حضم هذا، وقد تم الاعتماد على الاستبيان للوصول إلى الإجابة على جوهر الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية، حيث تحلل ذلك تحليل الاستبيان ومناقشة الفرضيات وتفسير النتائج، حيث تم التوصل إلى ما يلي:

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الإطار النظري

من خلا التطرق للجانب النظري تم استخلاص مجموعة من النتائج كما يلي:

- 1- أن موضوع المسؤولية الاجتماعية لم يظهر بشكله الحالي مباشرة، بل كان نتاج لتراكمات وتطورات للفكر البشري والمدارس عبر التاريخ، وتطورات بيئة منظمات الأعمال؛
- 2- إن للدين الاسلامي الأسبقية في معالجة مفهوم المسؤولية الاجتماعية، من خلال النصوص الثابتة من القرآن والسنة الصحيحة، من خلال تنظيم العلاقة بين الفرد والمؤسسة والمجتمع، بإعتبار الدين الاسلامي نظام شامل للحياة الانسانية في المعاملات كما في العبادات؛
- 3- إرتباط مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بمفاهيم أخرى مثل: التنمية المستدامة، حوكمة الشركات، أخلاقيات الأعمال، التسويق الاجتماعي، كون هذه المصطلحات تصب في خانة واحدة وهي تغيير إهتمام منظمات الأعمال بالتركيز على الربح المادي فقط بل يجب أن يتعدى إهتمامها الى مرعاة الجوانب الاخلاقية والخيرية والاجتماعية والبيئية عند ممارستها للأنشطة الاقتصادية؛

- 4- يعتبر إدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية عنصراً جوهرياً في نجاح تبني وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية كونه يرسخ تلك الأهمية لدى أفراد المنظمة ويجسد القناعة الحقيقية بضرورة إدراج المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجية المنظمة وكتفاة تنظيمية لدى أفراد المنظمة؛
- 5- للمسؤولية الاجتماعية دور هام في زيادة أرباح المنظمة على المدى الطويل إذا ما كان لبرامج المسؤولية الاجتماعية الأثر الحقيقي والايجابي على المجتمع؛
- 6- المسؤولية الاجتماعية تجسيدا للشراكة الفعالة والايجابية بين المنظمة والمجتمع وذلك بضمان الحقوق بين الطرفين وبالتالي الرقي بالمنظمة لتصبح تتمتع بالمواطنة، وتضمن الاستدامة على المدى الطويل؛

ثانياً: نتائج الاطار التطبيقي

على ضوء تحليلات الدراسة الميدانية ونتائجها، تم الخروج بالاستنتاجات التالية:

- 1- يوجد إدراك لدى عينة الإطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بأهمية المسؤولية الاجتماعية؛
- 2- يوجد مستوى مرتفع من الادراك لدى عينة الإطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية وأبعادها؛
- 3- توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية من حيث (العمر، المؤهل العلمي، مؤسسة العمل) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة؛
- 4- لا توجد فروق في إدراك المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية من حيث (النوع، سنوات الأقدمية) لدى الإطارات في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمدينة الجلفة؛
- 5- أغلب أفراد مجتمع الدراسة من ذوي الشهادات الجامعية والتقنية حيث أظهر المسح أن أكثر من 56% من أفراد العينة هم من حملة الشهادات الجامعية و22% من حملة الشهادات التقنية، ويرجع ذلك لطبيعة المؤسسات محل الدراسة كونها مؤسسات تعمل في المجال التقني وتتطلب كفاءات جامعية؛
- 6- أظهر المسح تنامي الادراك بالمسؤولية الاجتماعية لدى إطارات المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وقد يرجع ذلك الى مخلفات جائحة كوفيد-19 والتي تزامنت مع توقيت إجراء الدراسة؛

- 7- تظهر الدراسة أن حوالي 60% من عينة الدراسة تمتلك خبرة عمل بالمؤسسات الاقتصادية تفوق عشرة سنوات، وهذا ما يفسر الإدراك المرتفع بالمسؤولية الاجتماعية نتيجة التراكمات المكتسبة من العمل الميداني والنقائص المسجلة في برامج المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بصفة عامة؛
- 8- تظهر الدراسة أن حوالي 30% من عينة الدراسة تعرفت على المسؤولية الاجتماعية عن طريق الجامعة وباقي النسب عن طريق باقي الوسائل المختلفة، خاصة وأن نسبة معتبرة من الاطارات خريجي الجامعات؛
- 9- تظهر الدراسة تصدر البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية مقارنة بالابعاد الأخرى، ويرجع ذلك الى طبيعة المؤسسات ونزعة اطاراتها والتي تعمل في المجال الاقتصادي؛
- 10- تظهر نتائج الدراسة أن حصة الاسد في طريقة تعرف إطارات المؤسسة على مصطلح المسؤولية الاجتماعية كان من خلال وسائل الاعلام والمعاهد والجامعات بينما كان دور المؤسسات محل الدراسة ضعيفا في توعية الاطارات بمصطلح المسؤولية الاجتماعية.

ثالثا: مقترحات الدراسة

على ضوء نتائج الدراسة النظرية والدراسة الميدانية تم تقديم التوصيات التالية:

1. تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية السائدة لدى أفراد عينة الدراسة والاستفادة منها في الممارسات الفعلية للمسؤولية الاجتماعية عبر المؤسسات الاقتصادية، واستدراك النقائص المسجلة على مستوى بقية الأبعاد.
2. استغلال وسائل الاعلام لبث المفاهيم الصحيحة عن المسؤولية الاجتماعية كونها مصدر هام للإدراك لدى إطارات المؤسسات الاقتصادية؛
3. حث وتشجيع المؤسسات الاقتصادية على إدراك أهمية المسؤولية الاجتماعية في حوكمة المؤسسة؛
4. ربط العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والقطاع الحكومي بوضع خطة إستراتيجية من شأنها تعزيز المسؤولية الاجتماعية وتحديد نمط أداءها؛
5. إستغلال القنوات الرسمية لتصحيح المفاهيم حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات؛
6. إستغلال المؤتمرات والندوات ووسائل الإعلام وورشات العمل بشأن المسائل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية بما في ذلك تشجيع مختلف القطاعات الحكومية والخاصة على المشاركة الفعالة؛

7. إجراء المزيد من البحوث والدراسات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية خاصة في مجال تعزيز الادراك الصحيح بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات؛
8. تعزيز العلاقة الفعالة بين الجامعات والمؤسسات الاقتصادية في مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات؛
9. الاهتمام الجدي بدراسة موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية والتشديد على ضرورة تبنيها أيضا من طرف المؤسسات العمومية؛
10. تقديم التحفيزات المختلفة وتقديم مكافآت للإنجاز الاجتماعي للمؤسسات والأفراد على حد سواء؛
11. اهتمام المؤسسات باختيار المسيرين على أساس متوازن من الكفاءة والمسؤولية والأخلاق، بما يضمن أن يكونوا مصدرا قويا لتعزيز سمعة ومكانة المؤسسة وعملها وفق النموذج الاقتصادي/ الاجتماعي، وضمن ذلك يكون الاهتمام بتكوين الموظفين في مجال المسؤولية الاجتماعية؛
12. مساهمة التشريعات في دعم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة دون الحد من قدراتها على المبادرة والقيام بالأعمال المختلفة؛
13. إستغلال المؤسسات محل الدراسة للادراك المرتفع لدى إطارها بخصوص المسؤولية الاجتماعية وتعزيزها ضمن خططها الاستراتيجية، وتجهيزها ميدانيا.

رابعاً: آفاق الدراسة

من خلال هذه الدراسة الحالية بشقيها النظري والتطبيقي، تبين أن موضوع إدراك منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية، موضوع متشعب ويصعب حصر جميع الجوانب المتعلقة به، خاصة مع المستجدات المتسارعة والبيئة غير المستقرة، يبقى الباب مفتوح لطرحة من جديد وبمختلف الصيغ والمتغيرات، وفق آفاق جديدة قد نستطيع طرحها كما يلي:

- 1- أثر إدراك المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاستدامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال؛
- 2- مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق استراتيجية التميز لمنظمات الاعمال؛
- 3- دور الجامعة الجزائرية في ترسيخ مبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية؛
- 4- دور القيادات في تحقيق الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

قائمة المراجع

- القرآن الكريم

- السنة النبوية

أولاً: المراجع باللغة العربية

الكتب:

1. إبراهيم العسل، التنمية في الإسلام: مفاهيم، منهاج وتطبيقات، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت 1996.
2. ابراهيم عبد الرحيم الهيتي، تنظيم وادارة المخازن، مكتبة التعاون، القاهرة، 1975.
3. احمد سامي عدلي، ابراهيم القاضي، "المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر شركات مساهمة"، جامعة اسيوط، مصر، 2010.
4. إسماعيل عرباجي، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.
5. أميمة الدهان، نظريات منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، عمان، 1992.
6. بورحلة علال، تحليل المنظمات، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
7. تامر ياسر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
8. جواد محمد علي، السلوك التنظيمي وحقوق الانسان، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 2014.
9. حسناء مشري، سفيان مسالته، المسؤولية الاجتماعية للشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، الطبعة الأولى، 2019.
10. الخفاجي نعمة، الغالي طاهر محسن، نظرية المنظمة: مدخل للتصميم، دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
11. صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (من الألف إلى الياء)، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2015.
12. صالح العامري، طاهر الغالي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2010.
13. صالح العامري، طاهر الغالي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، 2015.
14. صفاء طارق، نورحان عادل، قوة الذكاء الاجتماعي في تفعيل المسؤولية الاجتماعية ومفهوم الذات الاجتماعية، دار الكتب والوثائق القومية، العراق، الطبعة الأولى، 2013.
15. صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982.
16. طاهر محسن الغالي، إدارة وإستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

17. عادل عامر، المسؤولية الاجتماعية ودورها في بناء واستقرار المجتمع، المؤتمر العلمي حول المسؤولية المجتمعية وبناء الانساء رؤية مستقبلية، مصر، 2019.
18. عايد العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، الأردن، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015.
19. عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
20. عبد الغفار حنفي وعبد السلام أبو قحف، "أساسيات تنظيم وإدارة الأعمال"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
21. عدنان أحمد مسلم، آمال صالح عبد الرحيم، دليل الباحث في البحث الاجتماعي، العبيكان للنشر، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، 2011.
22. علي حسين وآخرون، الادارة الحديثة لمنظمات الأعمال: البيئة، الوظيفة والاستراتيجيات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
23. علي حسين، رشاد الساعد، نظريات القرارات الادارية: مدخل نظري كمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
24. علي سعد الموسوي، السلوك التنظيمي، جامعة الكوت، بغداد، العراق، 2020.
25. علي عباس وآخرون، "وظائف منظمات الأعمال: مبادئ الإدارة 2"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2001.
26. علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: التقنيات والأساليب، دار المنهل، مصر، 2008.
27. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 1993.
28. عمر وصفي عقيلي، "بيئة الأعمال والإدارة المعاصرة"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
29. فيليب كوتلر، نانسي لي، ترجمة علا أحمد إصلاح، "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2011.
30. كوثر حسين كوجك، أخطاء شائعة في البحوث التربوية، عالم الكتب للنشر، مصر، الطبعة الأولى، 2007.
31. ماجد راغب لحلو، القانون الإداري، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1994.
32. متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، مصر، الطبعة الأولى، 2008.
33. محفوظ جودة احمد جودة، العلاقات العامة: مفاهيم وممارسات، الطبعة الثالثة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان.
34. محفوظ جودة وآخرون، "منظمات الأعمال: المفاهيم والوظائف"، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
35. محمد الصيرفي، الحاسوب في ادارة الاعمال، الطبعة الاولى، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
36. محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، مصر، دار الوفاء، الطبعة الأولى، 2007.
37. محمد الطائي، المسؤولية الاجتماعية للشركات وأخلاقيات الأعمال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
38. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2019.

39. محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الاعمال، دار وائل للنشر، الاردن، 2005.
40. مدحت أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات المواصفة القياسية ISO 26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2015.
41. مصطفى دعمس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار المنهل، مصر، 2008.
42. منال محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2014.
43. مؤيد سعيد السالم، تنظيم المنظمات: دراسة في تطور الفكر التنظيمي خلال مئة عام، الطبعة الأولى، دار عالم الكتاب الحديث، العراق، 2002.
44. مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة: الهيكل والتنظيم، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 2000.
45. نادية العارف، التخطيط الاستراتيجي والعملة، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2003.
46. ناصر دادوي عدون، اقتصاد مؤسسة، الطبعة الثانية، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
47. نجم عبود نجم، أخلاقيات علم الإدارة في عالم متغير، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث ودراسات)، جامعة الدول العربية، 2006.
48. نھوند القادري عيسى، الاستثمار في الإعلام وتحديات المسؤولية الاجتماعية) النموذج اللبناني(، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2013.
49. وليد حميد رشيد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

الرسائل والأطاريح:

50. راضي الحمادين، محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الفندقية الأردنية، رسالة ماجستير منشورة، الأردن، جامعة آل البيت، 2002.
51. زقوران سامية، عملية الرقابة الخارجية على أعمال المؤسسات العامة في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002.
52. سمية دربال، محددات تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية دراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خلال الفترة (2017-2018)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة ورقلة، 2019.
53. شايب الراس عبد القادر، المؤسسة العمومية ومبدأ المنافسة، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2017.
54. فاتن باشا، اتجاه القادة الاداريين نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات (دراسة حالة)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة بسكرة، 2017.
55. فاطمة المنصوري، "مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وعلاقته ببعض عوامل الديموغرافية والوظيفية- دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية الليبية-"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بنغازي، ليبيا، 2006.

56. فلاق محمد، "مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال-دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو9000"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2014.
57. محمد بلعري، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (دراسة حالة لمجموعة من الشركات الناشطة بولاية غرداية)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة غرداية، 2020.
58. محمد حامد نوافان، القياس المحاسبي لتكاليف أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في القوائم المالية الختامية، أطروحة دكتوراه في المحاسبة، كلية الاقتصاد جامعة دمشق، سنة 2010.
59. محمد شقراني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال (دراسة حالة)، أطروحة دكتوراه، الجزائر، جامعة الجلفة، 2019.
60. محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لأراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية والمالية، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2008.
61. محمد مطلق العتيبي، القياس والإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي في القطاع المصرفي، دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، سوريا، جامعة دمشق، 2009.
62. مقدم وهيبة، "تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، 2014.
63. نعيمة القطراني، "معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية-دراسة ميدانية على مديري الإدارة الوسطى في بعض المنظمات النفطية الليبية العاملة بمدينة بنغازي"، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة بنغازي، ليبيا، 2016.

مؤتمرات ومقالات علمية:

64. أسيل نوري وزهر محمد، "مدى توافر متطلب إدراك المسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصالح وفق المواصفة الدولية iso 26000-2010-دراسة حالة الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية"، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 124، العراق، 2020.
65. براق محمد، قمان مصطفى، أهم النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ورؤية الفكر الاقتصادي الإسلامي لها، الملتقى الدولي الثالث بعنوان: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار: 14-15 فيفري 2012.
66. بقدر عائشة، بكار آمال، المسؤولية الاجتماعية بين الإلزام والالتزام، المؤتمر الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، الجزائر، جامعة بشار، 2012.

67. بكر ربحان، المسؤولية الاجتماعية المصارف الإسلامية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية الأردن، المجلد 83، العدد 02، جوان 2012.
68. بوتيارة عنتر، واضح فواز، حسين شريط، "إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر- مع الإشارة الى مجموعة من مؤسسات صناعة البلاط ببلدية مقرة (ولاية المسيلة)-"، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 01، العدد 02، الجزائر، 2016.
69. بوحزام سيد أحمد، حملات بن عاشور، محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة ولاية معسكر، الملتقى الدولي الثاني عشر حول: "دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة -الواقع والرهانات-"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة شلف، 15/14 نوفمبر 2016.
70. بودي عبد القادر، بن سفيان زهرة، المسؤولية الاجتماعية للمعاول ومؤسسته الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة، المؤتمر الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، الجزائر، جامعة بشار، 2012.
71. ثامر البكري، أبي سعيد الديهوجي، "إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 21، العدد 01، جامعة الدول العربية، 2001.
72. جميلة العمري، محمد زرقون، دور الأطراف الخارجية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة وكالات شركات التأمين في ولاية ورقلة، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 08، 2015.
73. حسن عاطف حسن أبو ناصر، أثر إدراك الدعم التنظيمي في تحقيق إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية الشاملة في المصارف(دراسة ميدانية)، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور بالجلفة، السنة التاسعة، العدد 26، 2017.
74. رافد حميد الحدراوي، مهند حميد العطوي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز ولاء الزبون- دراسة تحليلية لأراء عينة من زبائن مصرف الرافدين فرع الغري العراق، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 17، العدد 4، 2015.
75. سمية دربال، دوافع وأسس تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية من منظور الاقتصاد الاسلامي، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 08، 2018.
76. صديقي أمينة، " مدى ادراك موظفي المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز بأهمية البعد القانوني والبيئي للمسؤولية الاجتماعية "، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، 2020.
77. عادل نقموش، " مدى إدراك مستخدمي المؤسسات الاقتصادية لعناصر المسؤولية الاجتماعية حالة مؤسسة مطاحن الحظنة "، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 12، العدد 01، الجزائر، 2021.
78. عبيد ابراهيم السيد، " مدى ادراك طلاب أقسام المحاسبة لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة ميدانية على الجامعات السعودية "، JOURNAL OF FINANCE & CORPORATE GOVERNANCE، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، 2020.
79. فال المغربي، ياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، سبتمبر 2008.

80. فتحي بسطامي، مهدي شرقي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق منظمة أعمال متميزة من وجهة نظر الإطارات دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 14، العدد 02، الجزائر، 2020.
81. فؤاد الحمدي، "مدى ادراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها-دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة المنظمات الصناعية اليمنية-"، المؤتمر الأول للمسؤولية الاجتماعية للشركات، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، صنعاء، 30/29 أكتوبر 2008.
82. فؤاد محمد حسين الحمدي، الآثار التسويقية المترتبة على تبني المنظمات الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تحليلية لآراء المدراء العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية، مجلة جامعة ذمار للدراسات والبحوث، اليمن، العدد 12، ماي 2010.
83. كوثر عبد الفتاح محمود الأبيجي، المسؤولية الاجتماعية للمصارف والمؤسسات المالية الإسلامية: بين الواقع والمأمول، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، المجلد 83، العدد 02، جوان 2012.
84. محمد مجيد هاتف، "إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية العراقية والافصح عنها في التقارير المالية-دراسة ميدانية-"، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 04، العراق، 2006.
85. مصطفى يوسف كافي، فلسفة التسويق الأخضر، المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014.
86. مقدم وهيبية، المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور الاقتصاد الإسلامي، المؤتمر الدولي الأول حول الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل، الجزائر، جامعة غرداية، 2011.
87. مناور فريح حداد، دور المسؤولية الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، الملتقى العلمي الدولي الثاني حول المؤسسة بين الضرورة الاقتصادية والحتمية البيئية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الصديق بن يحيى بجيجل، 2017.
88. نihal المغريل ويسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل رقم 138، مصر، سبتمبر 2008.
89. هناء محمد الخيطي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، المجلد 83، العدد 04، ديسمبر 2012.

مواقع انترنت:

90. بورق خيرة، الفرق بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية، 2020، تاريخ الاسترداد 2021/05/05، من الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية: (<https://csrsa.net/post/1343>)
91. هادي آل سيف، منظمات الأعمال، 2015، تاريخ الاسترداد 2021/04/17، من جبهة الإخبارية: (<http://juhaina.in/?act=artc&id=25883>)

92. <http://www.algeriatelecom.dz/ar/page/le-groupe-p2> le: 30/05/2021.
93. <https://www.spe.dz/index.php/ar/> le: 30/05/2021.
94. <https://www.sonelgaz.dz/fr> le:31/05/2021
95. <https://www.naftal.dz/fr/> le: 31/05/2021.

قوانين وتقاير:

96. الأمر رقم 04/01 المؤرخ في أول جمادى الثانية 1422 الموافق ل 20 أوت 2001.

ثانيا: المراجع باللغة الاجنبية

Books:

97. André de Laubadère et Pierre Delvolvé, Droit public économique, Édition DALLOZ, cinquième edition, 1986.
98. ATAUR Rahman Belal, Corporate Social Responsibility Reporting in Developing Countries, (Corporate social responsibility series) Ashgate Publishing Company, USA, 2008.
99. Brian Nattrass, Mary Altomare, The Natural Step for Business: Wealth, Ecology & the Evolutionary Corporation, New Society Publishers, Island, 1999.
100. Bruno Boidin, Nicolas Postal et Sandrine Rousseau, la responsabilité social des entreprises une perspective institutionnaliste, presses universitaire du Septentrion, France, 2009.
101. Chad Holliday, Stephan Schmidheiny, Philip Watts, Walking the Talk: The Business Case for Sustainable Development, Greenleaf Publishing Ltd, England, 2002.
102. Chandler, D «Strategic Corporate Social Responsibility: Sustainable Value Creation » SAGE Publications, CA, USA, 2016.
103. Commission of the European Communities, Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, green paper, Brussels, Belgium.
104. Frankel Carl, In Earth's Company: Business, Environment and the Challenge of Sustainability, Gabriola Island, Canada, 1998.
105. Jawed Akhtar Mohamed, Corporate social responsibility in Islam, thesis submitted to Auckland University of technology in fulfillment of philosophy, faculty of business, New Zealand, 2007.

106. Kamal N, Ahmad H, Duha K, Rana N, Determinants of Corporate Social Disclosure in Developing Countries: The Case of Qatar, *Advances in International Accounting*, 2006, Vol (19).
107. Lahsen Abdelmalki, Patrick Mundler, *Économie de l'environnement et du développement durable*, De Boeck, Bruxelles, Paris, 2010.
108. Leslie W. Rue & Phyllis G. Holland, *Strategic Management: Concepts and Experiences*, 2nd edition, New York: McGraw-Hill Book Company, 1989.
109. M. Suto and H. Takehara, *Corporate Social Responsibility Awareness and Practices of Japanese Corporations*, Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2018.
110. M.Havenaar et J.Cwikel, E.Bromate, *Psychological and Societal Consequences of Ecological Disasters*, Kindle Edition, New York, 2002.
111. Michael Hopkins, *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age*, Palgrave Macmillan, USA, 1999.
112. Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée, *La responsabilité sociale d'entreprise*, La Découverte, 2010, Paris.
113. Paul Hawken, *The Ecology of Commerce Revised Edition: A Declaration of Sustainability*, Collins Business, New York, 2010.
114. Prakash Sethi, *An approach to incorporating sociale preferences in developing corporate action strategies*, In *the unstable ground: corporate sociale poling in dynamic society*, Melville publishing company, New Jersey, 1974.
115. Pride, M., William and Ferrell, C.O, *Marketing concepts and strategies*, Ninth Edition, Houghton, Mifflin company, Boston, 1997.
116. Stewart W. Howe, *Corporate Strategy*, 2nd.ed, Macmillan education Ltd, London, 1986.
117. William L. Morrow, "Public Administration: Politics and the Political System", 2nd.ed., Randon Hause, N.Y, United States, 1975.
118. World Bank, *Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and central Asia*, working paper, 2005.

Articles:

119. Archie B. CARROLL, *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders*, *Business horizons*, 1991, Vol 34, No 4.

120. B.Laperche et D.Uzunidis, Responsabilité sociale et profit: repenser les objectifs de l'entreprise, *Revue française de gestion*, 2011, Vol (247).
121. Bafer Abd Zebari, Fatih Cura, Karwan Hushyar Sherwani, Awareness of Corporate Social Responsibility in Two Private Sectors Companies in Erbil, *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, Vol(02), Issue(02), 2015.
122. Bala Ramasamy and Hung Woan Ting, A Comparative Analysis of Corporate Social Responsibility Awareness: Malaysian and Singaporean Firms, *Journal of Corporate Citizenship*, Vol(13), Issue(02), 2004.
123. BOUYOUD Floriane, Le management stratégique de la RSE, 6eme congrès de l'ADERSE des 22 et 23 janvier 2009, Ecole supérieure de commerce de Pau, France.
124. BRUNEL Magdagnella et TRIKI Dora, Peut-on standardiser la responsabilité sociale des entreprises? une approche théorique, 6eme congrès de l'ADERSE des 22 et 23 janvier 2009, Ecole supérieure de commerce de Pau, France.
125. J.M Gurie, E.Matta, "The Silent Dimension of ownership", *Academy of Management Review*, 46 (April 2003).
126. Kenneth M Amaeshi, Bongo C Adi, Chris Ogbechie, Olufemi O Amao, Corporate Social Responsibility (CSR) in Nigeria: western mimicry or indigenous practices?, *Journal of Corporate Citizenship*, Vol(24), Issue(02), 2006.
127. Moez Ben Yedder, F. Zaddem, La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE), voie de conciliation ou terrain d'affrontements?, *Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail*, vol 04, N° 01, 2009.
128. Mohammed Kassim, Corporate social responsibility in the hospitality industry: Five-star hotels at Medina, Saudi Arabia, strategy and development review, Vol(06), Issue(10), 2016.
129. Muhammad Adnan, Abdulrahman Al-Aali, Ahmed Ali Soliman, Omair Malik, Tanvir Farooq, Awareness of Corporate Social Responsibility in an Emerging Economy, *Life Science Journal*, Vol(10), Issue(04), 2013.
130. Nahg Alawi & Abdullah Masood & Khaled Aljaaidi, Managers' Perception of Corporate Social Responsibility: Evidence from Least Developed Country, *journal of economic additions*, Vol(01), Issue(02), 2017.

131. Norhayah Zulkifli and Azlan Amran, Realising Corporate Social Responsibility in Malaysia: A View from the Accounting Profession, Journal of Corporate Citizenship, Vol(24), Issue(02), 2006.
132. Öznur Bozkurt, SOCIAL RESPONSIBILITY AWARENESS IN ENTREPRENEURSHIP: SAMPLE OF DÜZCE PROVINCE, 18th INTERNATIONAL BUSINESS CONGRESS, 02-04 MAYIS OSMANIYE, TÜRKİYE, 2019.
133. PHAM Duc Hieu, Corporate social responsibility: A study on awareness of managers and consumers in Vietnam, Journal of Accounting and Taxation, Vol(03), Issue(08), 2011.

Thesis:

134. Floriane bouyoud, Le management stratégique de la responsabilité sociale des entreprises. Par Floriane. Thèse pour l'obtention du titre doctorat en Sciences de gestion, conservatoire national des arts et métiers, France, avril 2010.
135. Ivana Rodié, Responsabilité social des entreprises – le développement d'un cadre Européenne, Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'Etude Européenne, Genève, avril 2007.

Reports:

136. BOWEN Howard R., Responsibilities of Businessmen, the Federal council of the churches of Christ in America, University of Iowa, U.S.A, 1953.

الملاحق

1- أداة الدراسة:



جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

تخصص: إدارة وتسيير منظمات الأعمال

السلام عليكم، السيد (ة) الفاضل (ة).... تحية طيبة وبعد،

أضع بين أيديكم استمارة الاستبيان أدناه، قصد استكمال الدراسة الميدانية، والتي تدرج ضمن متطلبات نيل درجة الدكتوراه في علوم التسيير، حيث نهدف من خلال هذا الاستبيان الى استطلاع آرائكم حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وذلك بغض النظر عن أن مؤسستكم تطبقها أم لا، والتي ترون أنها تمثل أولوية لدى مؤسستكم.

راجين منكم التفضل بالإجابة على جميع فقرات الاستبيان وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تعكس آرائكم، حيث نعلمكم بأن إجاباتكم ستكون موضع ثقة، وأنها تستعمل لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين تعاونكم مع فائق الاحترام والتقدير.

المرشح: فتحي بسطامي

Bastami.Fathi@gmail.com

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: هي مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية والأخلاقية والقانونية والاقتصادية، التي تقوم بها المؤسسات ضمن البيئة التي تنشط فيها، للمساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع.

الجزء الأول: البيانات العامة

ضع علامة (X) في الخانة المناسبة

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	النوع
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	العمر
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المؤهل العلمي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	سنوات الأقدمية
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مؤسسة العمل

الجزء الثاني: محور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

يرجى منكم التكرم وقراءة العبارات الآتية بدقة، مع وضع علامة (X) في الخانة المناسبة مع العلم أن كل سؤال يقبل إجابة واحدة فقط.

غير موافق تماما	غير موافق	موافق لحد ما	موافق	موافق تماما	عبارات الاستبيان	
					في رأيك يجب على المؤسسة توفير منتجاتها بالسعر المناسب.	01
					من وجهة نظرك يتوجب على المؤسسة تقديم منتجاتها بكفاءة.	02
					أعتقد أنه يجب على المؤسسة تطبيق مواصفات الجودة الشاملة في منتجاتها.	03

					04	حسب رأيك فإنه على المؤسسة التكفل بانشغالات الزبائن في الوقت المناسب.
					05	حسب اعتقادك فإنه على المؤسسة استخدام التكنولوجيا للحفاظ على البيئة من التلوث، كتنوير المنتجات مثلاً.
					06	حسب منظورك فإنه يتوجب على المؤسسة الاهتمام بتحسين مستوى الموظفين من أجل الرفع من الأداء الوظيفي.
					07	حسب رأيك فإنه يجب أن تحرص المؤسسة على توضيح أي تغييرات في أسعار منتجاتها المقدمة.
					08	في نظرك أنه على المؤسسة الاهتمام ببرامج البحث والتطوير لمنتجاتها وتحسين النوعية.

غير موافق تماماً	غير موافق	موافق لحد ما	موافق	موافق تماماً	عبارات الاستبيان	
					برأيك أنه على المؤسسة العمل ضمن التعليمات التي سطرها ضمن القانون الداخلي.	09
					حسب رأيك فإنه على المؤسسة احترام قوانين العمل وسلامة الموظفين.	10
					في نظرك يجب على المؤسسة احترام الموثيق والمعاهدات الوطنية.	11
					من وجهة نظرك فإنه على المؤسسة المساهمة مع الهيئات ذات التوجه الداعم لحماية للبيئة.	12
					حسب رأيك فإن المؤسسة ملزمة بتجنب إلحاق الضرر في حق العملاء.	13
					من وجهة نظرك أن المؤسسة ملزمة باحترام الشروط المبرمة مع مختلف العملاء.	14

					في تقديرك فإنه على المؤسسة تحمل مسؤولياتها نتيجة الأخطاء في منتجاتها المقدمة.	15
					بحسب اعتقادك يجب على المؤسسة الاقتصاد في استعمال مصادر الطاقة.	16
					من وجهة نظرك إنه على المؤسسة مراعاة القيم الأخلاقية للمجتمع.	17
					في رأيك أنه على المؤسسة أن تعمل على تكافؤ الفرص في توظيف العمال.	18
					تعتقد أنه المؤسسة ملزمة باحترام مبادئ المنافسة الشريفة.	19
					بحسب رأيك فإنه على المؤسسة المساهمة في الحملات التحسيسية والتوعوية لفائدة المجتمع.	20
					أعتقد أنه على المؤسسة احترام معتقدات المجتمع الذي تنشط فيه.	21
					حسب منظورك يجب على المؤسسة تكييف أهدافها مع أهداف المجتمع.	22
					في تقديرك أنه على المؤسسة التفاعل بإيجابية مع حوادث العمل والتعويضات الناتجة عنها.	23

غير موافق تماما	غير موافق	موافق لحد ما	موافق	موافق تماما	عبارات الاستبيان	
					من وجهة نظرك يجب تخصيص جزء من أرباح المؤسسة لدعم الهيئات والمشاريع الخيرية.	24
					حسب رأيك يستوجب على المؤسسة المساهمة في برامج دعم المحتاجين والفقراء.	25

					26	حسب منظورك أنه على المؤسسة المساهمة في إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع كالمدراس والمستشفيات.
					27	في نظرك يجب على المؤسسة المساهمة في خلق فرص لتوظيف ذوي الاحتياجات الخاصة.
					28	تعتقد أنه على المؤسسة تقديم المساعدة في حالات حدوث الكوارث كالزلازل والفيضانات والحرائق.
					29	في رأيك أنه على المؤسسة القيام برعاية أنشطة وبرامج تعليمية وثقافية، صحية ورياضية.
					30	في اعتقادك أنه على المؤسسة القيام بزيارات دورية لدعم وتفقد دور الأيتام والعجزة وذوي الاحتياجات الخاصة.

كيف تعرّف على مصطلح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات؟ ضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

<input type="checkbox"/>	عن طريق المؤسسة	<input type="checkbox"/>	عن طريق الأنترنت	<input type="checkbox"/>	عبر المجالات والجرائد
<input type="checkbox"/>	عبر وسائل الإعلام	<input type="checkbox"/>	عن طريق الجامعة	<input type="checkbox"/>	ملتقيات خارج المؤسسة

انتهى، شكرا جزيلاً على تعاونكم.

2- قائمة المحكمين للاستبيان:

اسم المحكم	الرتبة العلمية	جامعة التدريس
أ.د/ حيرش عيسى	أستاذ التعليم العالي	جامعة الملك فيصل "السعودية"
د/ شرقي مهدي	أستاذ محاضر "أ"	جامعة غرداية
أ.د/ لعمور رميلة	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية
د/ حنيش يوسف	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الأغواط
د/ بكاي اسماعيل	أستاذ محاضر "أ"	جامعة ورقلة
د/ زوزي محمد	أستاذ محاضر "أ"	جامعة غرداية
د/ مرباح أحمد تقي الدين	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الجلفة

3- الصدق البنائي:

Corrélations

			X1	x11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18
Rho de Spearman	X1	Coefficient de corrélation	1,000	,624**	,673**	,716**	,760**	,622**	,603**	,575**	,600**
		Sig. (bilatéral)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	x11	Coefficient de corrélation	,624**	1,000	,433**	,433**	,386**	,348**	,295**	,376**	,171
		Sig. (bilatéral)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,076
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	X12	Coefficient de corrélation	,673**	,433**	1,000	,504**	,414**	,258**	,464**	,249**	,313**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	.	,000	,000	,007	,000	,009	,001
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	X13	Coefficient de corrélation	,716**	,433**	,504**	1,000	,670**	,388**	,300**	,251**	,284**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,002	,009	,003
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	X14	Coefficient de corrélation	,760**	,386**	,414**	,670**	1,000	,491**	,290**	,255**	,387**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,002	,008	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108

X15	Coefficient de corrélation	,622**	,348**	,258**	,388**	,491**	1,000	,416**	,351**	,209*
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,007	,000	,000	.	,000	,000	,030
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X16	Coefficient de corrélation	,603**	,295**	,464**	,300**	,290**	,416**	1,000	,237*	,361**
	Sig. (bilatéral)	,000	,002	,000	,002	,002	,000	.	,014	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X17	Coefficient de corrélation	,575**	,376**	,249**	,251**	,255**	,351**	,237*	1,000	,469**
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,009	,009	,008	,000	,014	.	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X18	Coefficient de corrélation	,600**	,171	,313**	,284**	,387**	,209*	,361**	,469**	1,000
	Sig. (bilatéral)	,000	,076	,001	,003	,000	,030	,000	,000	.
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

			X2	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28
Rho de Spearman	X2	Coefficient de corrélation	1,000	,673**	,696**	,681**	,603**	,643**	,656**	,560**	,624**
		Sig. (bilatéral)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	X21	Coefficient de corrélation	,673**	1,000	,530**	,465**	,177	,337**	,439**	,326**	,322**
		Sig. (bilatéral)	,000	.	,000	,000	,067	,000	,000	,001	,001
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	X22	Coefficient de corrélation	,696**	,530**	1,000	,472**	,310**	,355**	,377**	,301**	,401**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	.	,000	,001	,000	,000	,002	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	X23	Coefficient de corrélation	,681**	,465**	,472**	1,000	,439**	,417**	,285**	,235*	,214*
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,003	,014	,026
		N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
	X24	Coefficient de corrélation	,603**	,177	,310**	,439**	1,000	,410**	,215*	,107	,335**

	Sig. (bilatéral)	,000	,067	,001	,000	.	,000	,025	,271	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X25	Coefficient de corrélation	,643**	,337**	,355**	,417**	,410**	1,000	,333**	,251**	,305**
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,009	,001
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X26	Coefficient de corrélation	,656**	,439**	,377**	,285**	,215*	,333**	1,000	,382**	,446**
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	,003	,025	,000	.	,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X27	Coefficient de corrélation	,560**	,326**	,301**	,235*	,107	,251**	,382**	1,000	,434**
	Sig. (bilatéral)	,000	,001	,002	,014	,271	,009	,000	.	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X28	Coefficient de corrélation	,624**	,322**	,401**	,214*	,335**	,305**	,446**	,434**	1,000
	Sig. (bilatéral)	,000	,001	,000	,026	,000	,001	,000	,000	.
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

			X3	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37
Rho de Spearman	X3	Coefficient de corrélation	1,000	,608**	,594**	,652**	,633**	,742**	,741**	,721**
		Sig. (bilatéral)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108
	X31	Coefficient de corrélation	,608**	1,000	,415**	,387**	,455**	,479**	,214*	,307**
		Sig. (bilatéral)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,026	,001
		N	108	108	108	108	108	108	108	108
	X32	Coefficient de corrélation	,594**	,415**	1,000	,281**	,356**	,311**	,379**	,340**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	.	,003	,000	,001	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108
	X33	Coefficient de corrélation	,652**	,387**	,281**	1,000	,315**	,435**	,421**	,471**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	,003	.	,001	,000	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108

X34	Coefficient de corrélation	,633**	,455**	,356**	,315**	1,000	,426**	,411**	,312**
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	,001	.	,000	,000	,001
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
X35	Coefficient de corrélation	,742**	,479**	,311**	,435**	,426**	1,000	,514**	,466**
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,001	,000	,000	.	,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
X36	Coefficient de corrélation	,741**	,214*	,379**	,421**	,411**	,514**	1,000	,549**
	Sig. (bilatéral)	,000	,026	,000	,000	,000	,000	.	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
X37	Coefficient de corrélation	,721**	,307**	,340**	,471**	,312**	,466**	,549**	1,000
	Sig. (bilatéral)	,000	,001	,000	,000	,001	,000	,000	.
	N	108	108	108	108	108	108	108	108

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		X4	X41	X42	X43	X44	X45	X46	X47	
Rho de Spearman	X4	Coefficient de corrélation	1,000	,724**	,759**	,823**	,779**	,725**	,824**	,778**
		Sig. (bilatéral)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108
	X41	Coefficient de corrélation	,724**	1,000	,652**	,631**	,421**	,422**	,424**	,426**
		Sig. (bilatéral)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108
	X42	Coefficient de corrélation	,759**	,652**	1,000	,587**	,563**	,314**	,599**	,464**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	.	,000	,000	,001	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108
	X43	Coefficient de corrélation	,823**	,631**	,587**	1,000	,594**	,489**	,547**	,578**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	108	108	108	108	108	108	108	108
	X44	Coefficient de corrélation	,779**	,421**	,563**	,594**	1,000	,634**	,666**	,477**
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000

	N	108	108	108	108	108	108	108	108
X45	Coefficient de corrélation	,725**	,422**	,314**	,489**	,634**	1,000	,617**	,610**
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,001	,000	,000	.	,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
X46	Coefficient de corrélation	,824**	,424**	,599**	,547**	,666**	,617**	1,000	,680**
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
X47	Coefficient de corrélation	,778**	,426**	,464**	,578**	,477**	,610**	,680**	1,000
	Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
	N	108	108	108	108	108	108	108	108

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		X	X1	X2	X3	X4
X	Corrélation de Pearson	1	,784**	,816**	,754**	,719**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	108	108	108	108	108
X1	Corrélation de Pearson	,784**	1	,788**	,425**	,322**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,001
	N	108	108	108	108	108
X2	Corrélation de Pearson	,816**	,788**	1	,446**	,396**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000
	N	108	108	108	108	108
X3	Corrélation de Pearson	,754**	,425**	,446**	1	,374**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000
	N	108	108	108	108	108
X4	Corrélation de Pearson	,719**	,322**	,396**	,374**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,001	,000	,000	
	N	108	108	108	108	108

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

```
RELIABILITY
/VARIABLES=x11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18
/SCALE('الاقتصادي البعد') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Echelle: الاقتصادي البعد

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	108	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	108	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,848	8

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X21 X22 X23 X24 X25 X26 X27 X28
/SCALE('القانوني البعد') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Echelle: القانوني البعد

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	108	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	108	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,797	8

RELIABILITY

/VARIABLES=X31 X32 X33 X34 X35 X36 X37
 /SCALE('الاخلاقي البعد') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Echelle: الاخلاقي البعد

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	108	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	108	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,876	7

RELIABILITY

/VARIABLES=X41 X42 X43 X44 X45 X46 X47
 /SCALE('الخيرى البعد') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Echelle: الخيرى البعد

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	108	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	108	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,900	7

RELIABILITY

/VARIABLES=x11 x12 x13 x14 x15 x16 x17 x18 x21 x22 x23 x24 x25 x26 x27 x28 x31 x32 x33 x34 x35 x36 x37 x41 x42 x43 x44 x45 x46 x47
 /SCALE('الاجتماعية المسؤولية') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Echelle: الاجتماعية المسؤولية

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	108	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	108	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,921	30

5- الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة:

Fréquences

		النوع		
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage
			e	e valide
Valide	ذكر	76	70,4	70,4
	أنثى	32	29,6	29,6
Total		108	100,0	100,0

الملاحق

العمر	Fréquence	Pourcentag e	Pourcentag e valide	Pourcentag e cumulé
Valide	سنة 30 من أقل	20	18,5	18,5
	سنة 39 الى 30 من	39	36,1	54,6
	سنة 49 الى 40 من	41	38,0	92,6
	فأكثر سنة 50	8	7,4	100,0
Total	108	100,0	100,0	

العلمي المؤهل

	Fréquence	Pourcentag e	Pourcentag e valide	Pourcentag e cumulé
Valide	فأقل ثانوي	10	9,3	9,3
	سامي تقني /تقني	24	22,2	31,5
	جامعي	61	56,5	88,0
	عليا دراسات	13	12,0	100,0
Total	108	100,0	100,0	

الإقديمية سنوات

	Fréquence	Pourcentag e	Pourcentag e valide	Pourcentag e cumulé
Valide	سنوات 5 من أقل	26	24,1	24,1
	سنوات 10 الى 5 من	37	34,3	58,3
	سنة 16 الى 11 من	35	32,4	90,7
	فأكثر سنة 17	10	9,3	100,0
Total	108	100,0	100,0	

المؤسسة

	Fréquence	Pourcentag e	Pourcentag e valide	Pourcentag e cumulé
Valide	سونلغاز	39	36,1	36,1
	نفظال	41	38,0	74,1
	الجزائر اتصالات	28	25,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

Test T

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
X	3,017	107	,000	,34511	,2667	,4235

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
X1	3,557	107	,000	,40509	,3139	,4962

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
X2	3,070	107	,000	,38542	,2998	,4711

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
X3	2,877	107	,000	,38360	,2687	,4985

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
X4	2,066	107	,000	,20635	,0872	,3255

7- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية:

Descriptives

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
x11	108	3,00	5,00	4,6667	,52950
X12	108	2,00	5,00	4,4537	,63222
X13	108	2,00	5,00	4,4259	,67261
X14	108	2,00	5,00	4,2222	,72773
X15	108	2,00	5,00	4,2963	,72678
X16	108	1,00	5,00	4,4352	,70078
X17	108	2,00	5,00	4,4074	,72392
X18	108	1,00	5,00	4,3333	,74883
X1	108	2,50	5,00	4,4051	,47786
N valide (liste)	108				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
X21	108	2,00	5,00	4,4352	,73970
X22	108	2,00	5,00	4,3611	,68982
X23	108	2,00	5,00	4,3333	,66977
X24	108	2,00	5,00	4,2870	,76183
X25	108	2,00	5,00	4,3889	,69489
X26	108	2,00	5,00	4,3796	,67971
X27	108	2,00	5,00	4,4167	,71205
X28	108	2,00	5,00	4,4815	,63366
X2	108	3,13	5,00	4,3854	,44895
N valide (liste)	108				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
X31	108	2,00	5,00	4,4074	,74929
X32	108	1,00	5,00	4,4444	,63147
X33	108	1,00	5,00	4,3981	,78466
X34	108	1,00	5,00	4,4352	,76456
X35	108	1,00	5,00	4,4074	,85420
X36	108	1,00	5,00	4,2407	,86327
X37	108	1,00	5,00	4,3519	,88934
X3	108	1,71	5,00	4,3836	,60219
N valide (liste)	108				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
X41	108	2,00	5,00	4,2500	,84417
X42	108	2,00	5,00	4,2870	,73689
X43	108	2,00	5,00	4,1019	,83094
X44	108	2,00	5,00	4,1019	,78466
X45	108	2,00	5,00	4,3056	,75453
X46	108	2,00	5,00	4,1204	,82844
X47	108	2,00	5,00	4,2778	,74675
X4	108	2,00	5,00	4,2063	,62479
N valide (liste)	108				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
X1	108	2,50	5,00	4,4051	,47786
X2	108	3,13	5,00	4,3854	,44895
X3	108	1,71	5,00	4,3836	,60219
X4	108	2,00	5,00	4,2063	,62479
X	108	2,86	5,00	4,3451	,41094
N valide (liste)	108				

8- إختبار الفروقات:

النوع

ANOVA

X

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,102	1	,102	,601	,440
Intragroupes	17,967	106	,170		
Total	18,069	107			

العمر

ANOVA

X

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	4,107	3	1,369	10,197	,000
Intragroupes	13,962	104	,134		
Total	18,069	107			

المؤهل العلمي

ANOVA

X

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	1,823	3	,608	3,889	,011
Intragroupes	16,246	104	,156		
Total	18,069	107			

سنوات الأقدمية

ANOVA

X

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,336	3	,112	,657	,581
Intragroupes	17,733	104	,171		
Total	18,069	107			

مؤسسة العمل

ANOVA

X

مؤسسة العمل	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	4,027	2	2,013	15,055	,000
Intragroupes	14,042	105	,134		
Total	18,069	107			

9- إختبارات المقارنة البعدية:

Comparaisons multiples :						
Variable dépendante: المسؤولية الاجتماعية						
LSD						
العمر (I)	العمر (J)	متوسط الفروق (I-J)	خطأ معياري	مستوى Sig الدلالة	Intervalle de confiance à 95 %	
					Borne inférieure	Borne supérieure
أقل من 30 سنة	من 30 الى 39 سنة	,11694	,10077	,249	-,0829	,3168
	من 40 الى 49 سنة	-,30428*	,09994	,003	-,5025	-,1061
	50 سنة فأكثر	,15435	,15328	,316	-,1496	,4583
من 30 الى 39 سنة	أقل من 30 سنة	-,11694	,10077	,249	-,3168	,0829
	من 40 الى 49 سنة	-,42122*	,08196	,000	-,5837	-,2587
	50 سنة فأكثر	,03742	,14221	,793	-,2446	,3194
من 40 الى 49 سنة	أقل من 30 سنة	,30428*	,09994	,003	,1061	,5025
	من 30 الى 39 سنة	,42122*	,08196	,000	,2587	,5837
	50 سنة فأكثر	,45864*	,14162	,002	,1778	,7395
50 سنة فأكثر	أقل من 30 سنة	-,15435	,15328	,316	-,4583	,1496
	من 30 الى 39 سنة	-,03742	,14221	,793	-,3194	,2446
	من 40 الى 49 سنة	-,45864*	,14162	,002	-,7395	-,1778

*. La différence moyenne est significative au niveau 0.05.

Comparaisons multiples :						
Variable dépendante: المسؤولية الاجتماعية						
LSD						
(I) العلمي المؤهل	(J) العلمي المؤهل	Différence moyenne (I-J)	Erreur standard	Sig.	Intervalle de confiance à 95 %	
					Borne inférieure	Borne supérieure
ثانوي فأقل	تقني /تقني سامي	,28858	,14876	,055	-,0064	,5836
	جامعي	-,02667	,13484	,844	-,2941	,2407
	دراسات عليا	-,02582	,16625	,877	-,3555	,3039
تقني /تقني سامي	ثانوي فأقل	-,28858	,14876	,055	-,5836	,0064
	جامعي	-,31525*	,09524	,001	-,5041	-,1264
	دراسات عليا	-,31440*	,13611	,023	-,5843	-,0445
جامعي	ثانوي فأقل	,02667	,13484	,844	-,2407	,2941
	تقني /تقني سامي	,31525*	,09524	,001	,1264	,5041
	دراسات عليا	,00084	,12074	,994	-,2386	,2403
دراسات عليا	ثانوي فأقل	,02582	,16625	,877	-,3039	,3555
	تقني /تقني سامي	,31440*	,13611	,023	,0445	,5843
	جامعي	-,00084	,12074	,994	-,2403	,2386

*. La différence moyenne est significative au niveau 0.05.

10-المقارنة البعدية لفروق مؤسسة العمل

Comparaisons multiples :						
Variable dépendante: المسؤولية الاجتماعية						
LSD						
المؤسسة (I)	المؤسسة (J)	Différence moyenne (I-J)	Erreur standard	Sig.	Intervalle de confiance à 95 %	
					Borne inférieure	Borne supérieure
سونلغاز	نفضال	,17886*	,08180	,031	,0167	,3410
	اتصالات الجزائر	,49579*	,09058	,000	,3162	,6754
نفضال	سونلغاز	-,17886*	,08180	,031	-,3410	-,0167
	اتصالات الجزائر	,31694*	,08966	,001	,1392	,4947
اتصالات الجزائر	سونلغاز	-,49579*	,09058	,000	-,6754	-,3162
	نفضال	-,31694*	,08966	,001	-,4947	-,1392

*. La différence moyenne est significative au niveau 0.05.

11-إختبار إعتدالية التوزيع

	Tests de normalité		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistiques	ddl	Sig.
بعد اقتصادي	,162	108	,214
بعد قانوني	,147	108	,137
بعد أخلاقي	,187	108	,125
بعد خيرى	,130	108	,103
مسؤولية إجتماعية	,096	108	,121

12- نموذج الدراسة بعد نتائج الدراسة الميدانية

