

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
التخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسة
الموضوع:

المؤسسة وإشكالية التوفيق بين الالتزام بالمسؤولية
الاجتماعية وتحقيق أهدافها الاقتصادية
*دراسة حالة: المؤسسة الوطنية للدهن-وحدة سوق أهراس.
المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز-قالمة*.

إشراف الأستاذ

* د. خالد بن جلول

مجموعة البحث

• سلطاني حدة

السنة الجامعية: 2018/2017

سورة التوبة

شكر وتقدير

قال تعالى: "وأما بنعمة ربك فحدث" صدق الله العظيم

أشكر الله عز وجل الذي أنعم عليّ بنعمة العلم وبسرّ لي إتمام هذا العمل المتواضع... فالحمد لله رب العالمين.

أتقدم بالشكر والعرفان وبالغ إمتناني لأستاذي المشرف الأستاذ

"بن جلول خالد"

الذي لم يبخل عليّ بالمعلومات ونصائحه القيمة ومساعدته لي طيلة إنجاز هذا البحث.

كما أتقدم بالشكر لكافة هيئة التدريس بقسم العلوم الاقتصادية

إلى كل من ساعد من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.

الإهداء:

"اللهم انفعني بما علمتني، وعلمني بما ينفعني، وزدني علماً"
أشكر الله تعالى أولاً وقبل كل شيء على هذا النجاح وأهدي ثمرة جهدي إلى
الذين قال الله تعالى فيهما "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحساناً"

إلى أمي وأبي أطال الله في عمرهما.

إلى عائلتي الصغيرة: زوجي *رشيد* والذي كان له الدور الأكبر في إنجاز هذا
العمل إلى أئمن هدية في الوجود.

إلى أبنائي: هيثم، عمران، غفران.

إلى من تقاسموا معي إسمي ودمي وإشراقتي إلى من كانوا سنداً لي

إخوتي وأخواتي.

إلى كل من وسعهم قلبي ولم تسعهم الورقة

إلى كل هؤلاء أهدي هذه الدراسة راجية من الله العلي القدير أن يكون
إضافة في مجال العلم، وأن يكون من العلم النافع الذي يؤجر عليه صاحبه بعد مماته.

حذة

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	الاهداء
VIII-I	فهرس المحتويات
XI- IX	قائمة الجداول
XIII	قائمة الاشكال
4-1	قائمة الملاحق
	ملخص الدراسة
أ- ح	مقدمة
الفصل الأول: السياق النظري للمسؤولية الاجتماعية	
	تمهيد:
	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي إلى المسؤولية الاجتماعية.
	المطلب الأول: الجذور التاريخية للمسؤولية الاجتماعية.
	• أولاً: مرحلة الثورة الصناعية
	• ثانياً: مرحلة العلاقات الإنسانية وتجارب (هورثرن)
	• ثالثاً: مرحلة ظهور خطوط الإنتاج وتضخم حجم المؤسسات
	• رابعاً: مرحلة تأثير الأفكار الاشتراكية
	• خامساً: مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير والنظرية الكنزوية

فهرس المحتويات

	• سادسا: مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي
	• سابعا مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات.
	• ثامنا: مرحلة القوانين والمدونات الأخلاقية
	• تاسعا مرحلة جماعات الضغط
	• عاشرا: مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية
	المطلب الثاني تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
	المطلب الثالث: أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
	المبحث الثاني: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية
	المطلب الأول: أسباب بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية
	المطلب الثاني: استراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية ومعوقاتها
	• أولا: استراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية
	• ثانيا: معوقات تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
	المبحث الثالث: تقييم وقياس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
	المطلب الأول: مبادئ ومعايير المسؤولية الاجتماعية
	• أولا: مبادئ المسؤولية الاجتماعية
	• ثانيا: معايير المسؤولية الاجتماعية
	المطلب الثاني: المواصفة ISO 26000 والمسؤولية الاجتماعية
	• أولا: تعريف المواصفة ISO 26000

فهرس المحتويات

	• ثانيا: المبادئ الأساسية والموضوعات الرئيسية ضمن الايزو 26000
	• ثالثا: فوائد المواصفة ايزو 26000:
	• رابعا: الية الاسترشاد بالمواصفة ISO 26000 لتبني المنظمة المسؤولة الاجتماعية
	المطلب الثالث: مؤشرات قياس المسؤولة الاجتماعية للمؤسسات
	خلاصة الفصل الأول:
الفصل الثاني: المؤسسة الاقتصادية بين الاستثمار في المسؤولة الاجتماعية وتحقيق الأهداف الاقتصادية	
	تمهيد
	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمؤسسة الاقتصادية
	المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية
	• أولا: تعريف المؤسسة الاقتصادية
	• ثانيا: خصائص المؤسسة الاقتصادية
	• ثالثا: أهداف المؤسسة الاقتصادية
	المطلب الثاني: وظائف المؤسسة الاقتصادية:
	• أولا: وظيفة التسويق
	• الفرع الثاني: وظيفة الإنتاج
	• الفرع الثالث: وظيفة الموارد البشرية

فهرس المحتويات

	• الفرع الرابع: الوظيفة الإدارية
	• الفرع الخامس: الوظيفة المالية:
	• الفرع السادس: الوظيفة التموينية:
	المطلب الثاني: المؤسسة الاقتصادية وعلاقتها بالمحيط:
	• الفرع الأول: تعريف محيط المؤسسة الاقتصادية ومكوناته:
	• الفرع الثاني: أهمية دراسة المحيط بالنسبة للمؤسسة:
	• الفرع الثالث: الآثار المتبادلة بين المؤسسة والمحيط:
	المبحث الثاني: الأهداف الاقتصادية للمؤسسة وسيرورة تحقيقها
	المطلب الأول: الأهداف الاقتصادية للمؤسسة
	• الفرع الأول: تحقيق الأرباح وتعظيمها
	• الفرع الثاني: عملية الإنتاج
	• الفرع الثالث: تغطية المتطلبات التي يحتاجها المجتمع
	• الفرع الرابع: تعظيم القيمة السوقية للسهم
	• الفرع الخامس: إيجاد مركز تنافسي جيد في السوق
	المطلب الثاني: المدخل التنظيمي لتحقيق الأهداف الاقتصادية بالمؤسسة
	المطلب الثالث: قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الاقتصادية
	• الفرع الأول: الفعالية في المؤسسة
	• الفرع الثاني: الكفاءة في تحقيق الأهداف

فهرس المحتويات

	• الفرع الثالث: تحليل العلاقة بين الكفاءة والفعالية
	المبحث الثالث: التوأمة بين الأهداف الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة من خلال خلق القيمة المشتركة:
	المطلب الأول: تنفيذ المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة :
	• الفرع الأول: إجراءات تنفيذ المسؤولية الاجتماعية
	• الفرع الثاني: آليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة
	المطلب الثاني: الأهمية المدركة لممارسات المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية
	• الفرع الأول: ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة
	• الفرع الثاني: أهمية دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية بتحقيق الأهداف الاقتصادية بالنسبة للمؤسسة
	المطلب الثالث: الإطار النظري لمفهوم القيمة المشتركة
	• الفرع الأول: مفاهيم حول القيمة المشتركة
	• الفرع الثاني: سيرورة خلق القيمة المشتركة
	• الفرع الثالث: نموذج خلق القيمة المشتركة وأثره في تحقيق القيمة الاقتصادية والاجتماعية
	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث: دراسة ميدانية	

فهرس المحتويات

	المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة
	المطلب الأول: نشأة وتطور المؤسسة الوطنية للدهن E.N.A.P
	• أولاً: النشأة
	• ثانياً: مجالات وأهداف المؤسسة
	المطلب الثاني: نشأة وتطور شركة سونلغاز
	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسستين
	المبحث الثاني: تصميم الدراسة الميدانية
	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
	• أولاً: مجتمع الدراسة
	• ثانياً: وصف عينة الدراسة
	المطلب الثاني: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة
	• أولاً: استمارة الدراسة
	• ثانياً: أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
	• أولاً: صدق أداة الدراسة
	• ثانياً: ثبات أداة الدراسة
	المبحث الثالث: تحليل الاستبانة واختبار الفرضيات
	المطلب الأول: التحليل الوصفي لعينة الدراسة

فهرس المحتويات

	المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضيات
	خلاصة الفصل
	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق



قائمة المصادر

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة حسب نموذج Carrol	
2	أثر مستويات عملية خلق القيمة المشتركة	
3	الجدول رقم (3): توزيع العاملين حسب الفئات السوسيو مهنية في المؤسسة	
4	الجدول رقم (4): توزيع العاملين حسب الفئات السوسيو مهنية في سونلغاز	
5	الجدول رقم (5): توزيع عمال مؤسسة الدهن حسب الفئات السوسيو مهنية في المجتمع والعينة	
6	الجدول رقم (6): توزيع عمال مؤسسة سونلغاز حسب الفئات السوسيو مهنية في المجتمع والعينة	
7	الجدول رقم (7): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية) بالدرجة الكلية للمجال	
8	الجدول رقم (8): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني (دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة) بالدرجة الكلية للمجال	
9	الجدول رقم (9): معامل ارتباط بيرسون للمحاور الاستمارة بالدرجة الكلية للاستمارة	
10	الجدول رقم (10): معاملات ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الدراسة وكذلك الاستبانة ككل	
11	الجدول رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية	
12	الجدول رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	
13	الجدول رقم (13): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمؤهل العلمي	

فهرس الجداول

14	الجدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمسمى الوظيفي
15	الجدول رقم (15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة المهنية
16	الجدول رقم (16): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لقطاع المؤسسة
17	الجدول رقم (17): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اسم المؤسسة
18	الجدول رقم (18): اختبار كلموغروف سمرنوف وشابيرو ويلك للتوزيع الطبيعي
19	الجدول رقم (19): نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الأولى
20	الجدول رقم (20): نتائج اختبار T-Test للبعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة.
21	الجدول رقم (21): نتائج اختبار T-Test للبعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال.
22	الجدول رقم (22): نتائج اختبار T-Test للبعد الرابع: المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال.
23	الجدول رقم (23): نتائج اختبار T-Test للبعد الخامس: المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك.
24	الجدول رقم (24): نتائج اختبار ستودنت للفرضية الرئيسية الثانية
25	الجدول رقم 25: نتائج اختبار الارتباط
26	الجدول رقم (26): نتائج اختبار تجانس التباين لبيانات الدراسة
27	الجدول رقم 27: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير العمر
28	الجدول رقم (28): نتائج اختبار المقارنات البعدية باستخدام كل من اختبار LSD واختبار TUKY

فهرس الجداول

29	الجدول رقم (29) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير المؤهل العلمي
30	الجدول رقم (30) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير المسمى الوظيفي
31	الجدول رقم (31) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير سنوات الخبرة
32	الجدول (32): اختبار ستودنت للفروقات في آراء أفراد العينة حسب قطاع المؤسسة
33	الجدول رقم (33): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع
34	الجدول رقم (34): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة
35	الجدول رقم (35): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات العمال
36	الجدول رقم (36): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال
37	الجدول رقم (37): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك
38	الجدول رقم (38): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بدور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة



قائمة الأشكال

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	هرم المسؤولية الاجتماعية للشركات حسب مفهوم CARROL	
2	تدرج الدور الاجتماعي للمؤسسة	
3	مجالات الاهتمام الرئيسية للمواصفة القياسية ISO 26000 في المسؤولية الاجتماعية	
4	منظمة الأعمال وفئات أصحاب المصالح.	
5	تنظيم إدارة التسويق	
6	العلاقة بين الكفاءة والفاعلية	
7	أهمية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية	
8	نموذج خلق القيمة المشتركة	
9	توزيع العاملين حسب الفئات السوسيو مهنية في المؤسسة	

مقدمة

تعتبر المؤسسة الاقتصادية المحرك الأساسي لكل اقتصاد، باعتبارها النواة الأساسية فيه، حيث تمارس نشاطها وسط محيط تختلف مميزات من مجتمع إلى آخر.

ونظرا للتطورات المتسارعة أصبح دور المسؤولية محوريا في عملية التنمية، وتنبهت المؤسسة إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من نشاطات إنتاجية الربحية عن طريق المشاركة في مشروعات التنمية المجتمعية، والعمل على تحسين الظروف المعيشية للعمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل، وهذا كله لا يأتي الا من خلال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، كونه أهم الأدوات التي تعبر بها المؤسسة عن انتمائها إلى المجتمع الذي يحتضنها.

إن المسؤولية الاجتماعية هي الأداة الفعالة التي يمكن للمؤسسة من خلالها أن تتجح في دمج الاعتبارات الاجتماعية في نشاطها الاقتصادي، ويتجلى ذلك في التزامها بالتصرف أخلاقيا، والعمل المسؤول أمام أصحاب المصالح، والمجتمع ككل.

لقد تطور تركيز المؤسسة على الأهداف الاقتصادية إلى مراحل أكثر أهمية، من خلال البحث على ملامح نموذج جديد للأعمال يسمح بصياغة أداء اجتماعي موازي ومساند للأداء الاقتصادي يدفع باتجاه تحقيق الأهداف الاقتصادية وتحسين صحة وحيوية المجتمعات جنبا إلى جنب. فجاح أي مؤسسة اليوم أصبح لا يقاس بمدى ما تحققة من أهداف اقتصادية فقط بل ما تحققة كذلك على المستوى الاجتماعي .

وضمن هذا السياق ظهرت العديد من المفاهيم التي من شأنها أن تعزز القيمة الاقتصادية للمؤسسة، وتحقق المنفعة الاجتماعية في آن واحد.

أولا: مشكلة البحث

على الرغم من تزايد اهتمام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية كجزء لا يتجزأ من السياسة العامة لها، إلا أن أغلبية رجال الأعمال يعتبرون أن مثل هذه البرامج سترهق ميزانية المؤسسة ولن تعود عليها بأي منفعة، وتعد في نظر الكثير منهم برامج ثانوية يأتي ترتيبها في المقام الأخير بعد المكسب المادي، من هنا وجب تسليط الضوء على نموذج جديد يسمح للأعمال الاقتصادية بتحقيق أرباح أكبر عندما تعمل على حل المشاكل الاجتماعية المرتبطة بتحقيق الأرباح ومن هذا المنطلق نتبلور إشكالية هذه الدراسة :

مقدمة

هل يمكن أن تنجح المؤسسة في الموازنة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق أهدافها الاقتصادية؟

هذه الإشكالية تتفرع إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ❖ ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة وما هي أهم مظاهر الالتزام بها؟
- ❖ كيف تتفاعل المؤسسة مع عناصر محيطها، في إطار تركيزها المستمر على تحقيق أهدافها الاقتصادية؟

- ❖ كيف يمكن للمؤسسة التوأمة بين برامج المسؤولية الاجتماعية وتحقيق أهدافها الاقتصادية؟
- ❖ هل هناك توجه للمؤسسة الاقتصادية قيد الدراسة نحو تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية؟
- ❖ هل هناك علاقة ارتباط بين تبني المؤسستين المختارتين في الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وبين تحقيقها لأهدافها الاقتصادية؟

- ❖ هل هناك فروق في الآراء تعزى لكل من العمر، الجنس، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، قطاع المؤسسة، واسم المؤسسة حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسستين قيد الدراسة؟

ثانياً: الفرضيات:

لمعالجة الإشكالية المطروحة، نضع مجموعة من الفرضيات كإجابات مؤقتة للنتاؤلات المطروحة، لنقوم باختبارها لاحقاً:

الفرضية الرئيسية الأولى: تلتزم المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

تتفرع هذه الفرضية الرئيسية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

- ✓ الفرضية الفرعية الأولى: تلتزم المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
 - ✓ الفرضية الفرعية الثانية: تلتزم المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة.
 - ✓ الفرضية الفرعية الثالثة: تلتزم المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال.
 - ✓ الفرضية الفرعية الرابعة: تلتزم المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال.
 - ✓ الفرضية الفرعية الخامسة: تلتزم المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك.
- الفرضية الرئيسية الثانية:** تلعب المسؤولية الاجتماعية دوراً مهماً في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة.

مقدمة

الفرضية الرئيسية الثالثة: هناك علاقة ارتباط بين الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الأهداف الاقتصادية.

الفرضية الرئيسية الرابعة: هناك فروق في آراء العينة حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية حسب متغيرات العمر، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة، قطاع المؤسسة.

ثالثا: أهمية البحث

جاء اختيار موضوع البحث بناء على أهميته البالغة، والتي تتمثل فيما يلي:

- إثر تقلص دور الدولة تدريجيا في المجال الاجتماعي بسبب تبني نظام اقتصاد السوق، أصبح من الضروري البحث عن طرق أخرى للإبقاء على مصالح المجتمع وحفظها، وذلك لا يتأتى إلا من خلال مساهمة كل مكون من مكونات هذا المجتمع بما فيها المؤسسة.
- إن الأهمية العلمية لهذا البحث تكمن في توضيح المفهوم الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية، حيث يجب التفرقة بين دعم العمل الخيري، ودعم الأهداف التنموية التي تسعى لتحقيقها منظمات المجتمع المدني، وأن أي مساهمة تجاه المجتمع لا بد أن تكون وفق خطة مدروسة ومدمجة في السياسة العامة للمؤسسة.
- يوضح هذا البحث بأن البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية دفع بالمؤسسة الاقتصادية إلى البحث على سبل الموازنة بين تحقيق المكاسب وبين الحفاظ على حقوق كل من يتعاملون معها.
- تكمن أهمية هذا الموضوع أيضا في محاولة غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسة الاقتصادية، وكيفية دمجها في النظام الإداري وكذلك كيفية تقييمها، كما يوضح أهم المكاسب التي تعود على المؤسسة في حالة تبنيها.
- تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على مدى الحاجة للتوجه نحو نموذج جديد للأعمال يسمح بتحقيق أرباح أكبر مع نمو أسرع، وفي نفس الوقت معالجة المشاكل الاجتماعية من خلال التركيز على صحة وحيوية المجتمعات.

رابعا: أهداف البحث

من خلال هذه الدراسة نحاول الوصول إلى الأهداف التالية:

- التعريف بالمسؤولية الاجتماعية خاصة وأنها من المفاهيم الحديثة التي تحتاج إلى البحث والدراسة.
- محاولة الربط بين برامج المسؤولية الاجتماعية، وتحقيق الأهداف الاقتصادية بالمؤسسة.

مقدمة

- تسليط الضوء على أهمية تبني المؤسسات للمبادرات الاجتماعية التي تساهم في تطوير المجتمع ومعالجة مشاكله الاجتماعية والاقتصادية.
- التعريف بأهم المجالات التي تجعل المؤسسة الاقتصادية مسؤولة اجتماعيا.
- تقديم المسؤولية الاجتماعية على أنها إحدى الوسائل المهمة التي تحقق المنفعة الذاتية للمؤسسة، من خلال مساعدة هذه الأخيرة على استيعاب حاجات وإسهامات مختلف أصحاب المصالح، وما يترتب عليه من تعظيم النواتج المالية على المدى البعيد.
- الإشارة إلى الدور الكبير الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في مساعدة المؤسسة على الاحتفاظ بالعلاقة المتوازنة بين مختلف نشاطاتها وبين قيم المجتمع في ظل ظروف التغيير المستمر الذي تتعرض له هذه العلاقة.
- التعريف بنموذج جديد للأعمال، يسمح بخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية معا.
- محاولة التوصل إلى العديد من النتائج والتوصيات التي تفيد قطاع الأعمال، وتشجع على تبني المؤسسة للمزيد من الأدوار الاجتماعية في المجتمع دون إغفال الأهداف الاقتصادية المسطرة.

خامسا: دوافع اختيار الموضوع محل الدراسة

- اختيارنا لهذا الموضوع كان نتيجة للعديد من الدوافع، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:
- الأهمية البالغة لموضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، حيث يدعم هذا الموضوع التوجه الحديث لمنظمات الأعمال قصد بذل المزيد من الأدوار الاجتماعية إزاء المجتمع الذي تعمل فيه.
- كثرة الحديث عن هذا الموضوع في الآونة الأخيرة، وتوجه العديد من المؤسسات إلى تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية رغبة منها في أن تكون مواطنة صالحة في المجتمع.
- الاقتراب من المؤسسة بهدف التعرف على طبيعة ممارستها الإدارية في مجال المسؤولية الاجتماعية
- الرغبة في ترسيخ هذا المفهوم لدى منظمات الأعمال، خاصة وأن السبب الرئيسي لحدوث الكثير من الأزمات الاقتصادية والمالية يعود إلى البعد عن أخلاقيات الإدارة والمسؤولية الاجتماعية.
- الحاجة إلى تقليص الفجوة بين التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية، وبين سعيها إلى تحقيق أهدافها ذات الطبيعة الاقتصادية.

مقدمة

سادسا: منهج البحث.

نظرا لطبيعة الموضوع محل الدراسة، وحتى نتمكن من اختبار الفرضيات والإجابة على الإشكالية المطروحة، اعتمدنا على المزج بين المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الإحصائي. المنهج الوصفي: حيث أن الوصف يقوم على جمع معلومات وبيانات من مختلف المراجع والمصادر باللغتين العربية والأجنبية من أجل تكوين صورة متكاملة حول الظاهرة المدروسة. المنهج التحليلي الإحصائي: من خلال استعمال أسلوب الاستنباط، وتحليل النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية، حيث اعتمدنا في تحليل النتائج على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

سابعا: الدراسات السابقة

من بين الدراسات التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وعلاقتها بتحقيقها لأهدافها الاقتصادية نذكر:

▪ دراسة: (Kherchi Ishak ,Fellague Mohamed) بعنوان: **Creating shared value as a new**

business model for pharmaceutical companies " Glaxo Smith Kline (GSK) MODEL " كانت هذه الدراسة تهدف إلى تحديد أثر البرامج الصحية لبعض الشركات، في خلق مفهوم القيمة المشتركة، من خلال مجموعة من البرامج كبرنامج الصحة للجميع، برامج السلوك المسؤول اجتماعيا، برامج تشجيع الأفراد، وقد استطاعت هذه الشركات أن تحل مشاكل المجتمعات و تلبى احتياجاتهم الصحية كما حققت قيمة اقتصادية من خلال خفض التكاليف بمقدار 3.5 مليار دولار، الدخول في أكثر من 150 سوق، تحقيق عائد قدره 24 مليار دولار في سنة 2014.

▪ رسالة ماجستير للطالبة عادة عمر أب أرشيد تحمل عنوان: **المسؤولية الاجتماعية وأثرها على**

الأداء: دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة في مدينة عمان، الجامعة الأردنية، عمان، سنة 2006.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية بأبعاده الثلاثة:

الأداء الاجتماعي، الأداء البيئي، والأداء المالي على أداء المستشفيات الخاصة في عمان.

وتوصلت الدراسة إلى أن قطاع المستشفيات الخاصة يتبنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية بدرجة

متوسطة لتحقيق مجموعة من الأهداف منها: عكس صورة ايجابية لها، تحقيق أقصى مصلحة للمستثمرين وتقادي أي مساءلة قانونية من الجهات الحكومية المختصة.

مقدمة

▪ د/ إسحاق خرشى، مداخلة تحت عنوان: نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، مقدمة إلى الملتقى الدولي الثاني العشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة يومي: 14 و 15 نوفمبر 2016.

حيث تعرضت هذه المداخلة إلى تقديم مفهوم القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية التي تحسن في تنافسية الشركات مع تحقيق المنفعة الاجتماعية للمجتمعات، حيث تم وصف مفهوم القيمة المشتركة، وسيرورة دمجها في المؤسسة كما تم اقتراح مجموعة من البرامج في العديد من القطاعات، وتم التوصل إلى أن هذه البرامج المقترحة تعمل على حل المشاكل الاجتماعية وتلبية الحاجات المجتمعية وهذا ما يمثل أساس تحقيق الربح للشركة ويؤدي إلى خلق القيمة المشتركة.

ثامنا: صعوبات البحث

واجهتنا في مرحلة إعداد هذا البحث مجموعة من الصعوبات، من بينها:

- ندرة المصادر التي توضح برامج المسؤولية الاجتماعية، وغياب ثقافة المبادرات المجتمعية في المؤسسات، نظرا لحدثة الموضوع، وغياب التغطية الإعلامية الكافية عنه.
- قلة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدمج بين برامج المسؤولية الاجتماعية، وتحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة.
- الاصطدام بمقاومة الكثير من المسيرين، والعمال، ورفضهم للإدلاء بأرائهم، وذلك عند توزيع الاستثمارات، دون التصريح بالأسباب، الأمر الذي تطلب جهدا أكبر، ووقتا أطول.
- المماطلة في إرجاع الاستثمارات في الوقت المناسب، مما ضيع الكثير من الوقت، وبالتالي تأخير إتمام البحث.
- صعوبة التنقل خاصة وأن إحدى المؤسستين المبحوثتين تقع خارج حدود الولاية، مما تطلب مضاعفة الجهد والوقت.

تاسعا: هيكل وخطة البحث

من أجل الاجابة عن الاشكالية واختبار الفرضيات، تم تقسيم البحث الى ثلاثة فصول كما يلي:

مقدمة

- الفصل الأول يتناول السياق النظري للمسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال ثلاثة مباحث: يعرض المبحث الأول مدخلا مفاهيميا للمسؤولية الاجتماعية حيث تم التطرق للتأصيل التاريخي لها، ثم تعريفها، وأهميتها.
- ثم نتطرق في المبحث الثاني إلى أسباب بروز المسؤولية الاجتماعية، استراتيجيات تبنيها من قبل المؤسسة، وكذا المعوقات التي تحول دون نشرها، وعوامل نجاح تطبيقها في المؤسسة.
- ونركز في المبحث الثالث على تقييم وقياس المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال عرض مبادئها، معاييرها، المواصفة القياسية التي تتعلق بها، ثم المؤشرات التي تساعد على قياسها.
- أما في الفصل الثاني، فكان بعنوان: المؤسسة الاقتصادية بين الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية وتحقيق أهدافه الاقتصادية، وذلك على امتداد ثلاثة مباحث: حيث نتعرف من خلال المبحث الأول على الإطار المفاهيمي للمؤسسة الاقتصادية بعرض تعريفها، خصائصها، أهدافها، وظائفها، وعلاقتها بالمحيط الذي تعمل فيه.
- وفي المبحث الثاني نتطرق إلى الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، المدخل التنظيمي لها وقدرة المؤسسة على تحقيقها.
- أما المبحث الثالث فيتناول التوأمة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، وتحقيق الأهداف الاقتصادية بالمؤسسة، حيث تم عرض إجراءات وآليات تنفيذ المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة، أهم برامجها على مستوى كل وظيفة، ثم التعرف على مفهوم القيمة المشتركة كنموذج جديد للأعمال يسمح بالالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق الأهداف الاقتصادية جنبا لجنب.
- أما الفصل الثالث والمعنون ب:تصميم الدراسة الميدانية، فقد تناول الفصول النظرية السابقة بإسقاطها ميدانيا على عينة من المؤسسات الوطنية، وذلك من خلال ثلاثة مباحث رئيسة، حيث عرضنا في المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة، وقد شمل نشأة وتطور كل من المؤسستين قيد الدراسة، ثم أهداف كل منهما.
- المبحث الثاني تمثل في: منهجية الدراسة الميدانية، وقد تعرض إلى التطرق إلى مجتمع وعينة الدراسة، أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة، ليتم بعدها قياس صدق وثبات أداة الدراسة والمتمثلة هنا في الاستمارة.

مقدمة

- أما المبحث الثالث، فقد جاء من أجل تحليل نتائج الدراسة الميدانية، من خلال التحليل الوصفي لعينة الدراسة، ثم التطرق لاختبار الفرضيات وعرض نتائجها بالتفصيل، لنصل في الأخير إلى تحليل نتائج اختبار الفرضيات والوصول إلى أهم نتائج هذه الدراسة.
لنختم دراستنا بخاتمة تتضمن الإجابة عن الإشكالية المطروحة وكذا مجموعة من النتائج التي توصلنا إليها، كما تتضمن اقتراحات وآفاق الدراسة.

الفصل الأول:

السياق النظري

للمسؤولية الاجتماعية

تمهيد:

إن النقد المستمر للاعتقاد السائد بأن الغرض الرئيسي من المؤسسات هو تعظيم الأرباح، ساعد على إفرار بواذر حقيقية لمرحلة جديدة كان أهم ما ميزها هو ضرورة تبني منظمات الأعمال دورا أكبر تجاه المجتمع الذي تعمل به، والاهتمام أكثر بتقييم الآثار المترتبة عن ممارسة نشاطها على العاملين بها، ومستوى رفاهيتهم وكذا المجتمع المحلي، والبيئة المحيطة بها ومن ثم على المجتمع ككل.

وقد رافق هذه المرحلة ازدياد حجم المنظمات، وازدياد تأثيرها في الوسط الذي تنتمي إليه، مما أدى إلى ظهور البعد الاجتماعي بشكل واضح، وأصبح الالتزام به أمرا لا بد منه، سواء تعلق الأمر بالمنظمات الهادفة للربح أو غيرها.

تعمل المنظمات حاليا على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في مختلف الجوانب مفرزة بذلك تأثيرات اقتصادية، بيئية، واجتماعية واسعة النطاق، تجاوزت التأثير على المجتمع المحلي إلى الاقتصاد الوطني، وفي بعض الأحيان إلى الاقتصاد العالمي، الأمر الذي وسع نطاق أصحاب المصالح المهتمين بالمنظمات ليشمل فئات أخرى، وأصبح لزاما عليها مراعاة مصالح هؤلاء وتطلعاتهم إن أرادت الاستمرارية والبقاء، حيث يسعى عدد كبير منها إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية بهدف تقليص الفجوة بين ما يتوقعه المجتمع من هذه المنظمات، وبين ما يتصوره أصحابها من إمكانيات يمكن أن تقدمها منظماتهم لذات المجتمع .

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي إلى المسؤولية الاجتماعية.

ينظر للمسؤولية الاجتماعية على أنها الترجمة الحرفية للدور الذي تلعبه منظمات الأعمال في المجتمع، وباعتبارها كيانات اقتصادية واجتماعية فإنه يجب أن يكون هناك تقارب بين مصلحتها ومصلحة المجتمع، من خلال تفسير علاقة التأثير والتأثير بينهما.

المطلب الأول: الجذور التاريخية للمسؤولية الاجتماعية.

تجدر الإشارة إلى أنه من الصعب تحديد مرحل دقيقة لتطور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، نظرا لتداخل الأحداث وتأثيراتها المتبادلة، حيث أن المتبع لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية يستطيع أن يلمس تغييرات مهمة، وإضافات نوعية أدت إلى إثراء هذا المفهوم عبر الزمن.¹ وعليه يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية تشكلت مع نشأة المجتمعات، وتطورت مع تطور الحضارات.

وبهذا يمكننا رصد أهم مراحل تشكل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات عبر الزمن من خلال

ما يلي:

أولاً: مرحلة الثورة الصناعية

مع انطلاق الثورة الصناعية ودوران العجلة الاقتصادية وتزايد حركتها سادت معايير الربحية كمقياس للنجاح، مما أدى إلى الاستغلال غير العقلاني لجهود العاملين، وتشغيل الأطفال والنساء لساعات طويلة في ظل ظروف عمل قاسية، وأجور متدنية، حيث ركزت المنظمات بالدرجة الأولى جهودها فقط لتحسين أدائها من خلال الاهتمام بالبيئة الداخلية لتحقيق الأرباح، لإعادة استثمارها دون الاهتمام بالعاملين والمجتمع.²

¹ ظاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية، 2008، ص 54.

² عبد الغفور دادن، رشيد حفصي، المؤسسة بين التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 20 و 21 نوفمبر 2012، ص 407.

خلال هذه المرحلة لم يكن هناك وعي اجتماعي أو بيئي لأن الثورة الصناعية في بدايتها، وعليه فإن وفرة المياه، والمساحات الشاسعة الخضراء غير المستغلة تم استنزافها بشكل يحقق أعلى العوائد والأرباح وهو ما لم يثر انتباه المجتمع لخطورة الوضع كمشاكل التلوث وغيرها. ويهدف زيادة كفاءة استغلال الموارد، وخصوصا القوى العاملة، لجأ البعض من رجال الأعمال والمالكين إلى تحفيز العمال من خلال تحسين الأجور المدفوعة لهم، لكن مقابل جهد كبير يبذلونه لإعطاء إنتاج أكبر.

وعليه يمكن القول بأن إدارات المنظمات قد وعت جانبا بسيطا من المسؤولية الاجتماعية تجسد في تحسين أجور العاملين.¹

ثانيا: مرحلة العلاقات الإنسانية وتجارب (هورثرن)

خلال هذه المرحلة بدأ الاهتمام بالعناصر المادية للعمل من أجل توفير ظروف عمل أفضل للعاملين، وذلك بسبب تزايد استغلال الأطفال والنساء في ظل ظروف مزرية، وكذا زيادة إصابات العمل، وارتفاع عدد الوفيات، الأمر الذي ولد الشعور بضرورة الاهتمام وإعادة النظر بظروف العمل، وقد تجسد هذا الشعور في التجارب الشهيرة التي أجريت في مصنع هورثرن² في الفترة ما بين عامي 1927-1932م، وهي دراسات كان الهدف الرئيسي منها هو معرفة تأثير الاهتمام بالعاملين وبظروف العمل على الإنتاج والإنتاجية.

وعليه فإن هذه المرحلة هي نقلة نوعية في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث بدأ الاهتمام بالمستفيد الأول والأقرب للمالكين وهم العمال.³

¹ طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، ص 55.

² هورثرن: هي مدينة أمريكية تقع في ولاية فلوريدا.

³ عبد الغفور دادن، حفصي رشيد، مرجع سبق ذكره، ص 409.

ثالثا: مرحلة ظهور خطوط الإنتاج وتضخم حجم المؤسسات

أهم ما ميز هذه المرحلة هو التطورات التي أدخلها (Henry Ford) بابتكاره لخط الإنتاج، والذي نتج عنه إنتاج كميات كبيرة وضخمة من السيارات وبالتالي تضخم حجم الشركات الصناعية وزيادة العاملين فيها.¹

في البداية عملت خطوط الإنتاج على استخدام عدد كبير من صغار السن وذلك لسهولة أداء العمل، حيث يتخصص العامل بجزء صغير من العمل ولا يحتاج إلى تدريب طويل لكي يتقنه، فضلا عن بداية الاستنزاف الموسع للموارد الطبيعية، وبداية حصول التلوث في الجو مما يعني عدم مراعاة المنشآت الصناعية للآثار المترتبة عن ممارستها لنشاطاتها.

رابعا: مرحلة تأثير الأفكار الاشتراكية

تعد الأفكار الاشتراكية من العلامات البارزة التي دفعت منظمات الأعمال في الغرب إلى تبني الكثير من عناصر المسؤولية الاجتماعية التي تخص المستفيدين باختلاف أنواعهم، فبالنسبة للعاملين وما يتعلق بظروف العمل والتقاعد والضمان الاجتماعي وإصابات العمل والاستقرار الوظيفي، كانت من أبرز المطالب التي ينادي بها العاملون في الغرب. وإن كان هناك جزء منها قامت بعض منظمات الأعمال الأمريكية باعتماده قبل ظهور الأفكار الاشتراكية والشيوعية.

إن التطور الأهم في هذه المرحلة يتجلى في كون الأفكار الاشتراكية ما هي إلا تحدي لمنظمات الأعمال الخاصة بضرورة تحمل المسؤولية تجاه أطراف أخرى بالإضافة إلى المالكين.²

خامسا: مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير والنظرية الكنزية

إن الحدث البارز خلال هذه المرحلة تمثل في تركيز إدارات منظمات الأعمال على تسويق أكبر كمية من المنتجات دون الأخذ بعين الاعتبار رغبات وميول المستهلكين، الأمر الذي أدى إلى حدوث الكساد العالمي الكبير وانهايار المؤسسات الصناعية، وبالتالي تسريح آلاف العاملين وبالتالي تدني الظروف

¹ عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص18.

² المرجع نفسه، ص 20.

المعيشية ونقشي الاضطرابات المختلفة مما استدعى ضرورة تدخل الدولة لحماية مصالح العاملين، وإيجاد فرص عمل بديلة لهم.

ومع ظهور نظرية (كينز) الشهيرة التي دعت إلى وجوب تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الاقتصادي، وكذا تأثير الأفكار الاشتراكية التي أخذت تنتشر بشكل واسع ويطلع عليها الناس، كل هذا أدى إلى بناء أرضية صلبة للتوجهات الأولى لتأصيل أفكار وعناصر المسؤولية الاجتماعية.¹

سادسا: مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي

تعتبر هذه المرحلة حاسمة في انطلاق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث توسع مفهوم الديمقراطية الصناعية، وتعزز دور النقابات العالمية والمطالبة بتحسين ظروف العمل، وسن القوانين التي تحمي العاملين، وتعزز مشاركتهم في مجالس الإدارة، وكذا تحديد حد أدنى للأجور، ونظم التأمين الاجتماعي والصحي، وظهور جمعيات حماية المستهلك في العالم الغربي.

وهو ما يمكن اعتباره نقلة نوعية حقيقية في تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل منظمات الأعمال وليس طرحا نظريا فقط.²

سابعا مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات.

اتسمت هذه المرحلة بتعاظم قوة النقابات، حيث أصبحت قوة لا يستهان بها من حيث تأثيرها في قرارات المؤسسة بشكل عام، إذ برزت العديد من القضايا أمام المحاكم عرضت الكثير من الأعمال إلى خسائر كبيرة بسببها.

كما أن التطور الكبير لوسائل الاتصال أسهم بشكل ملحوظ في توعية الناس في العديد من الدول، بالمكتسبات التي حققتها النقابات العالمية، مما أدى إلى تعميق الوعي بالمسؤولية الاجتماعية.³

¹ عايد عبد الله العصيمي، مرجع سبق ذكره، ص 20.

² أكرم أحمد الطويل، ياسين طه الدباغ، إدارة الجودة الشاملة للبيئة والمسؤولية الاجتماعية، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2016، ص 52.

³ البكري تامر ياسر، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2001، ص

ثامنا: مرحلة القوانين والمدونات الأخلاقية

خلال هذه المرحلة تم تجسيد النداءات والاحتجاجات التي ميزت المراحل السابقة في شكل قوانين، ودساتير أخلاقية، والتي ظهرت في شعارات المؤسسات بشكل صريح ووافقت للانتباه. وقد بدأت المؤسسات خلال هذه المرحلة بتوعية العاملين بالقواعد، والضوابط الساري العمل بها، والمتعلقة بالاهتمام بالجوانب الاجتماعية والأخلاقية.¹

تاسعا: مرحلة جماعات الضغط

مثلت هذه الجماعات مصالح شريحة واسعة من المستفيدين حيث أصبحت في الفترة الأخيرة قوة لا يستهان بها من حيث تأثيرها في قرارات منظمات الأعمال، نذكر منها على سبيل المثال جماعات حماية المستهلك جماعات حماية البيئة والمحافظة عليها، جمعية محامين بلا حدود، أطباء بلا حدود، جمعيات الدفاع عن حقوق الطفل وغيرها.

حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية في هذه المرحلة أكثر نضوجا وأقوى حضورا على أرض الواقع.²

عاشرًا: مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية

أهم ما ميز هذه المرحلة هو التطور الهائل في طبيعة الاقتصاد وبروز الكثير من الظواهر مثل: العولمة، التخصص، وانتشار شبكات المعلومات وازدهار صناعة التكنولوجيا، وما حملته في طياتها من مخاوف نتيجة لتزايد سطوة شركات الأعمال العملاقة نتيجة لتخلي الحكومات عن دورها في تقديم الكثير من الخدمات.

كما أن صناعة المعلوماتية وشبكة الانترنت ولدت نوعا جديدا من الجرائم والانتهاكات والتجاوزات التي ترتبط بالطبيعة الرقمية للاقتصاد، الأمر الذي حث العديد من المنظمات على تطوير مبادراتها الاجتماعية.³

¹البكري تامر ياسر، مرجع سبق ذكره، ص 25.

²المرجع نفسه، ص 26.

³ظاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، ص 60.

المطلب الثاني: تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إن التطرق لتعريف المسؤولية الاجتماعية يقودنا إلى الغوص في عمق العلاقة الوجودية بين الأعمال والمجتمع، حيث أينما كانت الأعمال فلا بد من وجود مجتمعات تحتضنها.¹ وعلى مر الزمن تطور تعريفها وتقدم مع تقدم المجتمع وتطور توقعاته وعليه فإنه لا يوجد توافق بشأن قائمة نهائية للقضايا التي تشملها.

أغلبية التعاريف تشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تدرج بموجبه المؤسسات الاهتمامات الاجتماعية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها قصد تحسين أثرها على المجتمع. وفيما يلي أهم هذه التعاريف:²

أ - **تعريف البنك الدولي:** المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال هي: " الالتزام بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، وذلك من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد".

ب - **تعريف المنتدى الدولي لقادة الأعمال:** تعني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات " ممارسة الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على المبادئ الأخلاقية، واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة إضافة إلى المساهمين".

ت - **تعريف الإتحاد الأوروبي:** " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو مفهوم تقوم المؤسسات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي"، ويركز الإتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها المؤسسات للقيام بمسؤولياتها تجاه المجتمع.

ث - **تعريف الغرفة التجارية العالمية:** "المسؤولية الاجتماعية هي جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على

¹ محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص 41.

² مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المواصفة القياسية ISO 26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2015، مصر، ص.ص 33-34.

المبادرات الحسنة من المؤسسات دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم .

ج - تعريف منظمة الأمم المتحدة: قامت منظمة الأمم المتحدة بتوسيع المفهوم باستخدام عبارة " تحلي المؤسسات بروح المواطنة العالمية " التي تعطي كلا من حقوق ومسؤوليات المؤسسات عبر الوطنية في السياق الدولي، وبإمكان المؤسسات عبر الوطنية أن تظهر تحليها بروح المواطنة الصالحة عن طريق اعتناق واستصدار عدد من القيم والمبادئ المتفق عليها عالمياً في ممارستها

- عرف بيتر فردناند دراكر (Drucker)¹ المسؤولية الاجتماعية على أنها " التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه ".²

- وقد أشار هولمز (Holms) إلى أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا " التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، تحسين الخدمة، ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها.³

وعليه ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تشير إلى مجموعة الالتزامات تجاه المجتمع وأصحاب المصالح بما من شأنه تعزيز مكانتها في أذهان الزبائن والمجتمع بشكل عام من خلال تحقيق المنفعة لجميع الأطراف، والذي يعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها المستقبلي كما أن التعاريف السابقة للمسؤولية الاجتماعية تغطي نقاطاً مشتركة تتمثل في.⁴

الطابع الطوعي والإرادي الذي يميز الالتزام المؤسسة بمسؤولياتها الاجتماعية بحيث تصبح جزء من ثقافة التسيير بها، وليست نتيجة التزامات قانونية أو تعاقدية، من الالتزام الطوعي له قيمة الطابع الطوعي

¹ Drucker: كاتب اقتصادي أمريكي من أصل نمساوي يهودي، ولد في فيينا عاصمة النمسا في 1909 .

² خيرة عيشوش، عبد اللطيف الكرزاني، المسؤولية الاجتماعية في إطار أخلاقيات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، 15، 14 فيفري 2012، جامعة بشار، الجزائر، ص 6.

³ عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مجمع صيدال وحدة الدار البيضاء، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2012، ص 58.

⁴ طاهر محسن منصور الغالبي، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظم المعلومات، دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد 36، 2005، ص 216 .

والإرادي الذي يميز التزام المؤسسة بمسؤولياتها الاجتماعية بحيث تصبح جزءا من ثقافة التسيير بها، وليست نتيجة التزامات قانونية أو تعاقدية، هذا الالتزام الطوعي له قيمة معنوية تعود بالفائدة على المؤسسة خلال مدة زمنية معينة، بحيث تنتظر المؤسسة مقابلا يكون على شكل اعتراف بدورها الايجابي من طرف جميع الأطراف التي تتعامل معها.

❖ التزام المؤسسة بمسؤولياتها الاجتماعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

❖ الإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه المؤسسة في المجتمع، بصفتها عضوا فيه.

❖ الطابع الدائم الذي يؤكد على التزام المؤسسة والذي يجعل من المسؤولية الاجتماعية أحد ركائز استراتيجيتها، الأمر الذي يتطلب تغييرا في ثقافة التسيير بها.

❖ القدرة على إشراك أطراف أخرى تهتم بالمؤسسة وتتعامل معها لأن المؤسسة ستصبح مواطنة، وبالتالي سترتبط بعلاقات عديدة مع أفراد المجتمع الذي تعمل فيه.

❖ ضرورة توفر عنصر الشفافية الذي يركز على جمع ونشر المعلومات داخل وخارج المؤسسة مما يسمح بتوثيق وترسيخ الممارسات الجيدة للمؤسسة وتتبع التطورات الحاصلة بها.

❖ تعتبر المسؤولية الاجتماعية أداة فعالة تتيح للمؤسسات إمكانية اعتبار جهودها مكملة لجهود القطاع العام في التنمية.

المطلب الثالث: أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إن المسؤولية الاجتماعية هي إحدى القنوات التي تدعم المصلحة العامة للمجتمع، الأمر الذي دفع بالعديد من الكتاب والباحثين إلى السعي لتحديد أهميتها وأبعادها، وهو ما سنتطرق له بالتفصيل في هذا المطلب.

أولا: أهمية المسؤولية الاجتماعية

تتلخص أهمية المسؤولية الاجتماعية في جملة الآثار الإيجابية التي تتجم عن تمسك المؤسسات بها باعتبارها فلسفة وأسلوب عمل يحقق لها جملة من الفوائد يقف في مقدمتها ترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين والمجتمع بصورة عامة.¹

¹أكرم أحمد الطويل، ياسين طه عبد الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 57 .

- وتجدر الإشارة إلى أن أهمية المسؤولية الاجتماعية تكمن في تحقيق التوازن بين التقدم الاقتصادي الربحي، والتقدم الاجتماعي الإنساني.¹ وذلك من خلال المردود المتحقق للجهات الثلاث الرئيسية التي ستجني أهمية قصوى من هذا الالتزام، ونعني بها هنا المؤسسة، المجتمع والدولة.
- أ- بالنسبة للمؤسسة: للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسة تتمثل في:²
- المردود المادي والأداء المتطور، والقبول الاجتماعي من جراء تبني المسؤولية الاجتماعية.
 - تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع تنعكس أساسا في تحسين جودة الخدمات التي تقدمها.
 - إن المسؤولية الاجتماعية تضيء تحسينا على مناخ العمل السائد في المؤسسة كما تعمل على إشاعة التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.
 - إن المؤسسات التي توازن بين مصالحها ومصالح المجتمع، تحقق معدلات نمو، ومعدلات توليد عمالة ماهرة تفوق المؤسسات الأخرى.
 - تحسين صورة المؤسسة، خاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة من وجود المنظمة.
 - تساهم المسؤولية الاجتماعية في تحويل المشاكل الاجتماعية المحيطة بالمؤسسة إلى فرص مربحة.
 - المسؤولية الاجتماعية تعزز دور المؤسسة التنافسي على الجذب والمحافظة على الزبائن والموظفين المتميزين.
 - الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية يعزز مكانة المؤسسة لدى الجهات القانونية والمصرفية وشركات التأمين.
 - في عالم تعتبر فيه السمعة والصورة الذهنية هما أصول ذات القيمة المادية الأعلى في المؤسسة، تعزز المسؤولية الاجتماعية بناء الثقة والولاء لضمان مستقبل أفضل وتطور متواصل.
 - تعتبر المسؤولية الاجتماعية أداة فاعلة للعلاقات العامة في المؤسسة.

¹ أكرم أحمد الطويل، ياسين طه عبد الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 58.

² خيرة عيشوش، عبد اللطيف الكرزاني، مرجع سبق ذكره، ص 7.

- ب - بالنسبة للمجتمع: إن العائد الذي سيتحقق للمجتمع جراء اهتمام المؤسسات على اختلاف أنواعها بتبني نمط معين من أنماط المسؤولية الاجتماعية يمكن تلخيصه في الآتي:¹
- تساهم المسؤولية الاجتماعية في تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من الناحية الثقافية أو من ناحية البنية التحتية.
 - تحسين التنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمنظمات، وهو ما يساهم في الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.
 - زيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة، ومختلف الفئات ذات المصلحة.
 - زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع، مع خلق شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين، وقليلي التأهيل والأقلياتالخ.
 - الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفير نوع من العدالة الاجتماعية، وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.
 - تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم الآليات التي تساعد على تعزيز القيم والمبادئ والأخلاق بالمجتمع سعياً إلى تحقيق نماذج هادفة تمهد لوضع مؤسسات صالحة داخل المجتمع، مما يعود بالنفع على الجميع.
 - إن قيام منظمات المجتمع بمختلف أنواعها بالمسؤولية الاجتماعية يساهم بشكل حقيقي في تحقيق التنمية المستدامة بهذا المجتمع سواء كانت تنمية اجتماعية أو اقتصادية.²
- ج بالنسبة للدولة: من بين عوائد المسؤولية الاجتماعية والتي تعود على الدولة نذكر: ³
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها، وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
 - تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية المختلفة

¹ محمد فلاق، قدور بن نافلة، المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية (جيزي، موبيليس، نجمة)، التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 15/16 فيفري 2013، ص 7.

² مدحت محمد أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص 44.

³ محمد فلاق، مرجع سبق ذكره، ص 53.

➤ تساهم المسؤولية الاجتماعية في القضاء على البطالة، وغيرها من المشاكل التي تجد الدولة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعاً، بعيدة عن تحمل المؤسسة الاقتصادية دورها في هذا الإطار.

➤ المساهمة في التطور التكنولوجي.

وهنا يمكن القول بأن المؤسسة التي تلبي حاجات مجتمعها ابتداءً بالعمال، ووصولاً إلى الخدمات الاجتماعية العامة، ستكون أنجع وأكثر أمناً في ظل مجتمعات وأوضاع مضطربة، حيث يقول "هنري فورد" في هذا الإطار "مؤسسة لا تريح إلا المال مؤسسة فقيرة جداً".

ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

إن الدور الرئيسي الذي تلعبه المؤسسات، كونها المصدر الرئيسي للثروة، والتطور وتوليد فرص العمل، يحتم عليها القيام بواجباتها الاجتماعية وفقاً للمفاهيم الحديثة كما أن التطورات الاقتصادية والاجتماعية؛ في عصر يتسم بالتغيير السريع تفرض عليها تلك المقاربة الاجتماعية، والتي تتلخص أساساً في وجوب تذكير المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية حتى لا يكون تحقيق الربح مبنياً على أمور غير مقبولة أخلاقياً، أو قانونياً.

حيث كانت المسؤولية الاجتماعية في البداية عبارة عن التزام المنظمة بمصالح المجتمع الذي تعمل فيه إضافة إلى مصالحها الذاتية.

ثم تطورت الفكرة حسب توماس جي هولمز "1985 Thomas.J.Holmes"¹

إلى ضرورة المشاركة في الأنشطة الاجتماعية مثل: محاربة الفقر، الخدمات الصحية، مكافحة التلوث.....الخ.²

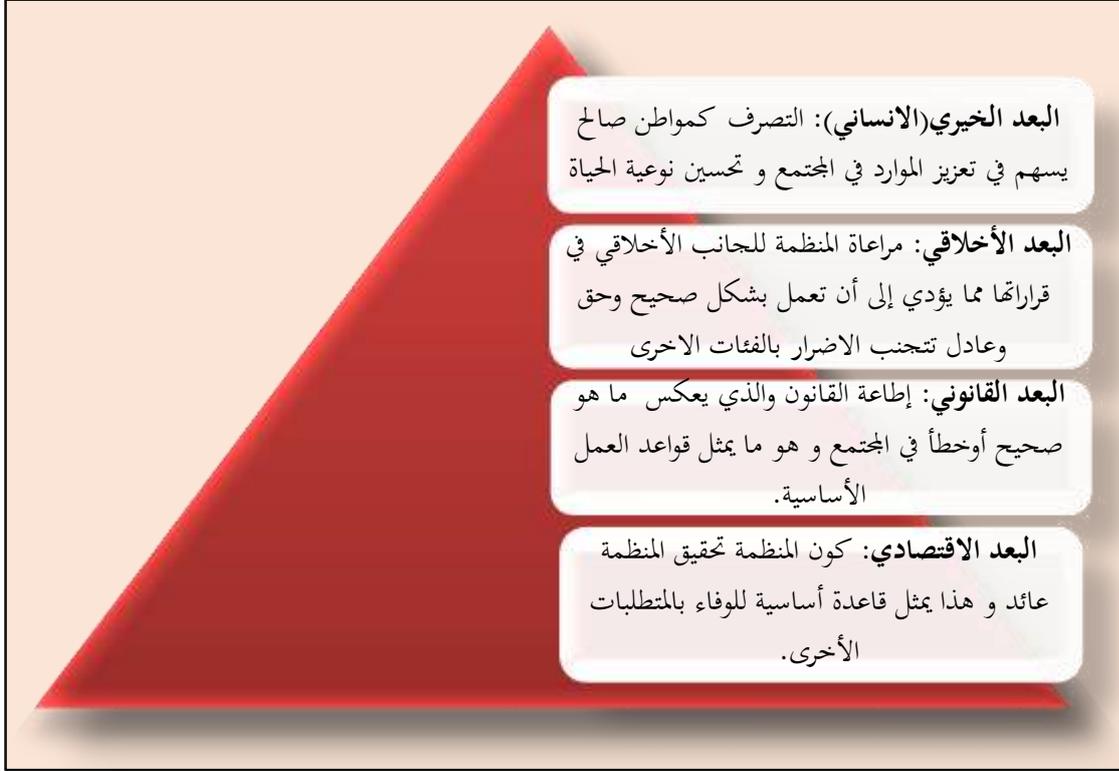
أما الباحث كارول "Carrol"³ فقد ذهب إلى أبعد من ذلك من خلال أبحاثه التي تتمحور حول أربع مسؤوليات متكاملة للمنظمة يتم بناؤها حسب الشكل التالي:

¹ هو أستاذ علوم الاقتصاد في جامعة مينيسوتا، ومستشار في قسم الأبحاث في بنك الاحتياطي الفدرالي في مينيابوليس.

² الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، اختصاص اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007، ص 76.

³ أستاذ في الاقتصاد، أصله من نوكسفيل، تينيسي.

الشكل رقم (1) هرم المسؤولية الاجتماعية للشركات حسب مفهوم CARROL



المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية، 2008، ص 83.

يظهر الشكل السابق أربع مستويات جوهرية للمسؤولية الاجتماعية:¹

1-المسؤولية الاقتصادية: وهي تتضمن توفير السلع والخدمات ذات قيمة للمجتمع، وبأسعار مناسبة وجودة عالية، وفي إطار هذه المسؤولية تحقق المنظمة الأرباح والعوائد المالية التي تمكنها من الاستمرار. مع ضرورة الاستناد إلى مبادئ المنافسة، والتطور التكنولوجي بما لا يلحق الضرر لا بالمنظمة، ولا بالمجتمع.

¹محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الإطار النظري وإمكانية التطبيق العلمي في الجزائر، مجلة البديل الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة، العدد 12، 2014، ص264.

2- **المسؤولية القانونية:** هذه المسؤولية تضعها الحكومات، وتتمثل في القوانين، والتعليمات التي يجب على المنظمة احترامها، وتتمثل هذه المسؤوليات في توفير فرص عمل عادلة ومتكافئة لكافة الأفراد على اختلافهم، وضرورة حمايتهم.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن المسؤوليتين السابقتين تمثلان قاعدة أساسية لبروز دور اجتماعي أكبر للمنظمة، حيث أنه لا معنى من التزامها بالمسؤولية الاجتماعية دون تحقيق كل من المسؤوليتين الاقتصادية والقانونية.

3- **المسؤولية الأخلاقية:** تتمثل في احترام القيم وأخلاقيات المجتمع الذي تعمل فيه، حيث أن هذه المعتقدات والعادات لم يتم تقنينها، ولكن احترامها من قبل المنظمات ضروري، وذلك بهدف تحسين سمعتها ومكانتها.

4- **المسؤولية الخيرية:** وهي مختلف المبادرات الطوعية للمنظمة، والتي تتسم بطابعها الإنساني، كبرامج التدريب لفئات معينة من المجتمع، حيث لا تكون هذه النشاطات أو المبادرات بشكل أساسي مرتبطة بمجال عمل المنظمة، لا ينتظر منها زيادة في الأرباح أو في الحصة السوقية.

وتجدر الإشارة إلى أنه توجد عدة معايير يمكن للمنظمة الأخذ بها، وذلك على أساس الحاجة إليها من جهة، ومدى أهميتها من جهة أخرى؛ حيث تختلف المعايير باختلاف نشاط وتوجهات المنظمة، كما يمكن لها أن تبتكر معايير جديدة والتي تساهم في رسم صورة حقيقية عن وضع المنظمة.

كما أن وجهات نظر الفئات ذات المصلحة الأساسية حول المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال وفق المستويات الأربع السابقة للمسؤولية الاجتماعية تتباين من ناحية ترتيبها حسب الأولوية التي تعكس مصلحتها؛ حيث يركز المالكون بالدرجة الأولى على المسؤولية الاقتصادية، في حين يركز الزبائن على المسؤولية الأخلاقية، أما العمال فكل ما يهمهم هو المسؤولية القانونية بالدرجة الأولى بينما يركز المجتمع المحلي على المسؤولية الخيرية.¹

وفي الجدول التالي حوصلة لأكثر الممارسات شيوعاً، والتي يمكن اعتبارها أساسية للمسؤولية الاجتماعية تجاه الأطراف المستفيدين حسب نموذج "Carol".

¹ طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، ص 84.

الجدول رقم (01) أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة حسب نموذج «Carrol»

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
<ul style="list-style-type: none"> - منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. - احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بطرق غير مشروعة. 	المنافسة العادلة	الاقتصادي
<ul style="list-style-type: none"> - استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها. - استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة. 	التكنولوجيا	
<ul style="list-style-type: none"> - عدم الاتجار بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها. - حماية الأطفال صحيا وثقافيا. - حماية المستهلك من المواد المزورة والمزيفة. 	حماية المستهلك	القانوني
<ul style="list-style-type: none"> - منع تلوث المياه والهواء والتربة. - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها. - منع الاستخدام التعسفي للموارد. - صيانة الموارد وتنميتها. 	حماية البيئة	
<ul style="list-style-type: none"> - منع التمييز على أساس العرق أو الجنس. - تقليل إصابات العمل. - التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي. 	السلامة والعدالة	
<ul style="list-style-type: none"> - مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. - مراعاة حقوق الإنسان. 	المعايير الأخلاقية	الأخلاقي
<ul style="list-style-type: none"> - احترام العادات والتقاليد. - مكافحة الممارسات اللاأخلاقية. 	الأعراف والقيم الاجتماعية	
<ul style="list-style-type: none"> - نوعية المنتجات والخدمات المقدمة. - النقل العام. - الخدمات. 	نوعية الحياة والرفاهية	الخيري

المصدر: ظاهر محسن منصور الغالبي، وصالح محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع،

دار وائل للنشر، الطبعة 2، عمان، الأردن 2008.

وتجدر الإشارة هنا إلى وجود ترابط وتسلسل بين مختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث يستند كل بعد على الآخر، فمن غير الممكن أن ينتظر من منظمات الأعمال القيام بمبادرات خيرية أو اجتماعية دون أن تكون هذه المنظمات قد ذهبت إلى أبعد من ذلك في إطار تحملها لمسؤولياتها الاقتصادية والقانونية تجاه المجتمعات التي تحتضنها.¹

¹ طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، ص 83.

المبحث الثاني: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية

فرضت مسألة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات نفسها مؤخرا في محيط العلاقات الاقتصادية، خصوصا بعد سيادة قيم الربحية في تهميش متفاهم للقيم المجتمعية، زاده حدة وصول العالم إلى أزمات مالية ذريعة قادت المجتمعات إلى انهيارات اقتصادية بسبب عدم تصرف قطاع الأعمال على نحو مسؤول، وعدم الالتزام بما يعرف بالمبادئ الاجتماعية والأخلاقية لمنظمات الأعمال.

المطلب الأول: أسباب بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية

من أبرز الأسباب التي أدت إلى تزايد الحديث عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو زيادة الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالفقر، وانخفاض مستوى معيشة بعض الفئات والبطالة، وهي أمور ظلت لفترة طويلة من الزمن من مسؤوليات الحكومة، ولكن مع تنامي الاهتمام بالتنمية المجتمعية زاد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

كما أن بروز وتنامي هذا الاهتمام جاء نتيجة العديد من التحديات أهمها:¹

1-العولمة: تعتبر العولمة من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أصبحت معظم المؤسسات متعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، مركزة في اغلب حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وتلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة وصحية وبأنها لن تسمح بتشغيل الأطفال، علاوة على اهتمامها بالحفاظ على البيئة وعدم هدر الموارد الطبيعية.

2-تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: وذلك من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك، والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المنظمة أموالا طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.

3-الكوارث والفضائح الأخلاقية: حيث تعرضت العديد من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، جعلتها تتكبد أموالا طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات كما حدث في كارثة التلوث النفطي للمياه في ساحل ألاسكا والتي تسببت فيها مؤسسة " Exxon Valdez " النفطية.

¹ مراد سكاك، تدقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد 11، 2011، ص 203.

4-التطورات التكنولوجية المتسارعة: والتي فرضت على المنظمات ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، والاهتمام أكثر بالتغيرات الحاصلة في أذواق المستهلكين، وكذا تنمية مهارات متخذي القرارات، خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، إذ أصبح لزاما على منظمات الأعمال أن تضاعف جهودها من أجل بناء علاقات أكثر عمقا مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل، ودعاة حماية البيئة، والمجتمعات المحلية، إذا كانت ترغب في الاستمرارية والبقاء في السوق.

كما أن المتتبع للتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، يجد أن تبني هذا المفهوم جاء نتيجة للإفرازات السلبية للأنظمة الغربية، سواء تعلق الأمر بالنظام الرأسمالي أو الشيوعي، والذين سعوا في صراع دائم مع الزمن إلى تحقيق العدالة الاجتماعية ويمكن تقسيم أسباب تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية إلى نوعين من الأسباب¹.

أ- معالجة الآثار السلبية للممارسات الاقتصادية الخاطئة: من أبرز هذه الأسباب هو محاولة التخفيف من

الأضرار التي تسببها عولمة الاقتصاد والتي نذكر من أهمها:

- عدم قدرة الدول على حماية المنتجين المحليين من المخاطر.
- عدم قدرة الدول على تحسين المستوى المعيشي للعائلات الفقيرة.
- عدم تحقيق العدالة الاجتماعية بين دول العالم.
- زيادة البطالة نتيجة تكييف اقتصاديات الدول لمواجهة متطلبات العولمة.
- عدم العدالة في توزيع المكاسب المتأنتية من تحرير التجارة الخارجية.
- الكوارث البيئية، والفضائح الأخلاقية والتي تسببت في أضرار إنسانية وبيئية جسيمة.
- تزايد ضغوط الهيئات التي تعمل على إيقاف التجاوزات التي تؤثر سلبا على حياة الإنسان.

ب- تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بهدف تحقيق مكاسب: إن الأسباب سالفة الذكر تعد أسبابا خارجية، لأنها تسعى إلى المطالبة أو إلزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية، في حين أن الأسباب الداخلية أو الدوافع الخفية التي تجعل المؤسسات تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية فهي تلك المكاسب

¹بقدر عائشة، بكار أمال، المسؤولية الاجتماعية بين الإلزام والالتزام، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14 و15 فيفري 2012، ص 04.

التي تعود عليها، كونها بالأصل مؤسسات اقتصادية هدفها الأساسي، هو تحقيق مصالحها، وضمان الاستمرارية والبقاء، ومن بين هاته المكاسب نذكر ما يلي.¹

- تحسين سمعة المؤسسة.
- سهولة الحصول على الائتمان.
- استقطاب الكفاءات البشرية.
- تحقيق فكرة الانتماء والولاء لدى أفراد المنظمة.
- تطوير الفكر الإداري والأخذ بفكرة التسيير المتكامل.
- رفع قدرة المؤسسات على التعلم والابتكار

المطلب الثاني: استراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية ومعوقاتها

تمثل الاستراتيجية الموقف الذي تبديه المؤسسة تجاه الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، كما أن هذا الالتزام يصطدم بالعديد من المعوقات والعقبات؛ وهو ما سنحاول تناوله في هذا المطلب.

أولاً: استراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية

في إطار الالتزام بالأداء الاجتماعي، نجد أربع استراتيجيات أو مواقف من الممكن أن تتبعها المؤسسات عند تبنيها للمسؤولية الاجتماعية وتتمثل في:²

1 - الاستراتيجية التطوعية أو الاستباقية: وهي أن تأخذ المؤسسة بزمام المبادرة في مجال الأنشطة الاجتماعية وذلك للإيفاء بمستلزمات المسؤوليات الاقتصادية، القانونية، الأخلاقية والخيرية وأن يكون لديها الاستعداد للتعامل مع كافة الاتجاهات التي توجه إليها، وكذا الاستجابة للضغوط الخارجية والتهديدات، والتشريعات الحكومية.

¹ طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، ص 113.

² أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14 و 15 فيفري 2012، ص 55.

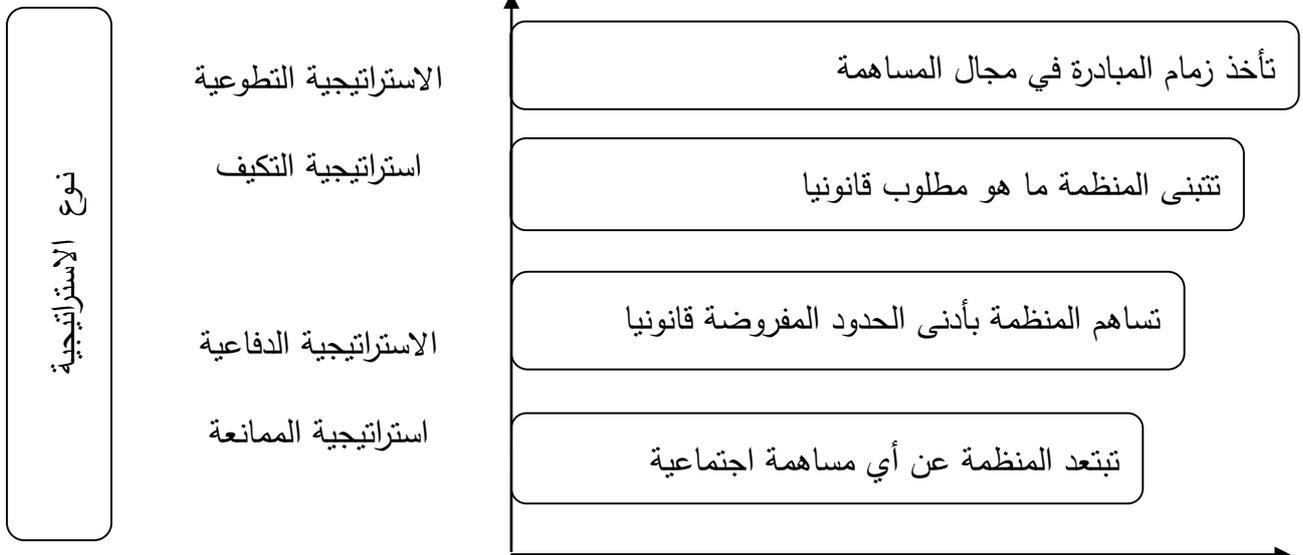
2- إستراتيجية التكيف: وهي أن تعمل المؤسسة وفق الحد الأدنى المقبول والمطلوب للإيفاء بمتطلبات المسؤولية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تخطو المؤسسة خطوة متقدمة باتجاه المساهمة بالأنشطة الحكومية.

وتتميز هذه الإستراتيجية عموماً بأن الأداء الكلي للمنظمة يأخذ دائماً في الاعتبار ألا تكون القرارات المتخذة أو التصرفات ذات أثر معاكس لتطلعات المجتمع، ومصالحته.

3- الاستراتيجية الدفاعية: وفقاً لهذه الاستراتيجية تهتم المنظمة بالقيام بأقل ما هو مطلوب منها قانونياً، من خلال مواجهة المسؤوليات القانونية والاقتصادية؛ حيث أنه ومع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية، وزيادة الأصوات المنادية بحماية المستهلك تلجأ أغلبية المنظمات إلى المناورات القانونية.

4- استراتيجية الممانعة: تعبر هذه الاستراتيجية عن النظرة التقليدية للدور الاجتماعي للمنظمة، حيث ترى إدارة المنظمة أنها غير ملزمة ولا مسؤولة عن ممارسة أدوار اجتماعية تجاه أي طرف من أصحاب المصالح، وأن الهدف الأساسي من وجودها هو تحقيق العوائد والأرباح من خلال ممارسات اقتصادية فاعلة وناجعة، وأن القيام بهذا الدور الاقتصادي كما يجب هو المسؤولية الوحيدة للإعمال. ويمثل الشكل أدناه استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية.

الشكل رقم (2) تدرج الدور الاجتماعي للمؤسسة



مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية
المصدر طاهر محسن منصور الغالبي، إدارة وإستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر والتوزيع،

عمان، 2009، ص 98.

وعلى الرغم من الفوارق والاختلافات في مجال استراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية، إلا أنه يمكن القول أن هذه الأخيرة تمثل واجبا إنسانيا والتزاما أخلاقيا، طوعيا من جانب المؤسسات تجاه مختلف أطراف المجتمع شرط أن يساهم هذا الالتزام الطوعي في رفع مستوى رفاهية المجتمع دون إغفال لبقية الجوانب ذات الصلة بالمؤسسة ونشاطها.¹

ثانيا: معوقات تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

هناك العديد من العقبات التي تحول دون انتشار تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

1- المعوقات الاقتصادية: وتتمثل أساسا في تلك الحواجز التي تحول دون نشر المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات ومنها؛ اختلاف طريقة التفكير حيث أن الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية يتلخص أساسا في الأداء الاجتماعي على المدى الطويل في حين أن طريقة تفكير مسيري المؤسسات تكون في المدى القصير بسبب الضغوط الهائلة الممارسة عليهم من حيث السعر والجودة، والتسليم في الوقت المحدد فهم يرون بأن هذه المسؤولية الاجتماعية هي عبئ على المؤسسة تؤدي إلى هدر المزيد من الوقت والمال.²

- **المعوقات الإدارية:** يمكن تلخيصها في الآتي:³

- ❖ إهمال الإدارات العليا لعملية إشراك المستويات الإدارية الأخرى في عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية.
- ❖ عدم وجود اتصال فعال بين الإدارات والجمهور.
- ❖ ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الإدارة العليا تجاه المجتمع والبيئة والمحيط، وضعف الاهتمام بالجوانب الاجتماعية.
- ❖ ضعف الخبرة لدى المسؤولين على إدارات وأقسام المنظمات فيما يتعلق بالمسائل الاجتماعية والأخلاقية.
- ❖ عدم احتواء معظم المنظمات على إدارة للعلاقات العامة.

¹ تامر البكري، مرجع سبق ذكره، ص 17.

² فؤاد حسين محمد الحمدي، أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وانعكاساتها على رضا المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2003، ص 33.

³ ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية المؤسسة والموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير كلية علوم الاقتصاد وعلوم التسويق، جامعة أبو بكر بالقائد، تلمسان، 2010، ص 22.

3- المعوقات المالية: يمكن اختصارها في الآتي:¹

- هدف أغلبية المنظمات هو تحقيق وتعظيم الأرباح فقط.
- الاعتقاد السائد لدى بعض المنظمات بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى خفض أرباح المؤسسة وبالتالي إضعافها في المنافسة الدولية.
- نقص الموارد المالية الأمر الذي يحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية.
- صعوبة الجمع بين الرغبة الجامحة في تحقيق الأرباح، وتغطيتها عبر الزمن من جهة، ومشاركة المؤسسة في الأعمال الاجتماعية من جهة أخرى.

4- المعوقات القانونية: وتتلخص فيما يلي:²

- عدم الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة.
 - عدم وضع دستور اجتماعي أخلاقي في منظمات الأعمال، كالذي يتم تطبيقه في المنظمات العظمى في العالم.
 - عدم الامتثال للقوانين والتشريعات، في سبيل تحقيق المكاسب المادية.
 - عدم تخوف المنظمات الغير مستجيبة للمسؤولية الاجتماعية من الإدانة.
- وفي الأخير علينا أن نقر بأن المسؤولية الاجتماعية هي التزام أخلاقي من قبل المديرين دون أن تفرضه القوانين والأنظمة بل تحتمه متطلبات المنفعة المجتمعية العامة، الأمر الذي جعلها اختيارية وبالتالي ضعف الاهتمام بها والاستجابة لمتطلباتها.

المطلب الثالث: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

- يرتبط نجاح المؤسسات في تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالعديد من العوامل التي يجب إعدادها وتنظيمها قبل الشروع في إطلاق هذه البرامج وفي مقدمتها ما يلي:³
- ❖ ضرورة إيمان منظمة الأعمال بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع وأن تكون هناك قناعة و يقين من قبل كل مسؤول فيها ابتداءً بالمديرين وانتهاءً بالموظفين حول أهمية هذا الدور.

¹ ضيافي نوال، مرجع سبق ذكره، ص 23.

² المرجع السابق، ص 24.

³ حسين الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 90، فبراير

2010، ص 71.

- ❖ الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها مستقبلا وتعمل على تغطية مصروفاتها ذاتيا.
- ❖ يجب على المؤسسة أن تخصص مسؤولا متفرغا لهذا النشاط، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، وأن تمنح له الصلاحيات المطلوبة وأن يكون له دور رئيسي وفاعل على مستوى المؤسسة.
- ❖ قيام المؤسسة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع.
- ❖ الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي و متميز وجودة عالية.
- ❖ أن يصبح هذا النشاط جزءا رئيسيا من أنشطة المنظمات، وتوضع له المخططات كما توضع مخططات الأنشطة الأخرى.
- ❖ حسن إدارة الجوانب الاجتماعية التي تبرز أثناء قيام المؤسسات بنشاطها الاقتصادي، وتمثل هذه الجوانب في الالتزام الأخلاقي واحترام قوانين العمل.
- وعليه واستنادا إلى العوامل السابقة، تستطيع المؤسسات بناء وتعزيز مسؤولياتها الاجتماعية من خلال ما يلي:
- ❖ **تحديد رسالتها المجتمعية:** تتضمن هذه الرسالة قيم المؤسسة ومنظومتها الأخلاقية، مع وضع الأهداف وآليات ترجمة هذه الرسالة بما يخدم المجتمع المحلي، وبما يتناسب مع هذه الرسالة.
- ❖ **تحديد المجالات التنموية والإنسانية:** بالتنسيق مع الجهات الحكومية ومؤسسات العمل الإنساني، التي يمكن أن تسهم فيها بفعالية على نحو يترك أثرا قابلا للقياس، ويمكن الإضافة إليه.
- ❖ **تضمين أجندة فعاليتها السنوية:** وذلك بمجموعة من الأنشطة والبرامج والمبادرات التوعوية والتطوعية التي تفيد المجتمع المحلي أو تسهم في تحسين مستوى معيشة الأفراد.
- ❖ **تكريس مبدأ الاستمرارية والتأثير المستدام:** من خلال وضع برامج ثابتة للفعاليات المجتمعية، الخيرية والتطوعية، والعمل على تقييمها بصورة دورية وتطويرها، وتوسيع دائرة تأثيرها.¹

¹ابراهيم محمد، عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية متاح على الموقع:

- ❖ وضع استراتيجية المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية: وتشمل تحديد الميزانية والتكاليف ورسم الرؤية والأهداف، وعقد شراكات مع جهات أخرى ذات نشاط مشترك، وتنسيق الجهود فيما بينها.
- ❖ إرساء ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين الموظفين: وتوفير الفرص لهم لتطوير حملات ومبادرات إنسانية ومجتمعية، وتعمل على أن توفر لها كافة الموارد والآليات لتنفيذها، وحثهم على الانخراط في البرامج التطوعية وتحفيزهم، ومكافأتهم.¹

¹ابراهيم محمد، مرجع سبق ذكره.

المبحث الثالث: تقييم وقياس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

ساهمت التطورات المتسارعة في مختلف الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية، والتي شملت مختلف أنحاء العالم، في بروز العديد من المبادرات الرامية لتقديم مفهوم معمق للمسؤولية الاجتماعية، وتحفيز قطاع الأعمال على تبني برامجها بهدف خدمة المجتمع.

وأشارت نفس المبادرات إلى أن المسؤولية الاجتماعية لا تقتصر على النواحي الخيرية وإنما تتعداها إلى تحقيق الربحية، والاستمرارية للمؤسسة.

وهو أمر لا يمكن تحقيقه إلا من خلال قياس الدور الاجتماعي الذي تؤديه المؤسسات، والمقارنة بين العوائد والتكاليف لمعرفة مدى استفادة المؤسسة من الالتزام بمسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: مبادئ ومعايير المسؤولية الاجتماعية

عند قيام المنظمة بممارسة المسؤولية الاجتماعية فإنه لا بد لها من إقرار وملاحظة عدة مبادئ مترابطة وشاملة، وأن تقوم بتطبيقها بشكل ملائم على سياساتها وقراراتها وأنشطتها، كما يستوجب على المنظمة إبداء الرغبة الحقيقية في تحقيق المنفعة للمجتمع، ويمكننا قياس ذلك من خلال معايير محددة، تمكننا من معرفة مدى التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية.¹

وعليه تتمثل مبادئ المسؤولية الاجتماعية والمعايير الأساسية التي يتم من خلالها تقييمها فيما يلي:

أولاً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية: تركز المسؤولية الاجتماعية للمنظمة على تسع مبادئ رئيسية.²

1- مبدأ القابلية للمساءلة: ينبغي على المنظمة أن توافق على الفحص والتدقيق الملائمين، وأن توافق أيضاً على مسؤولياتها في التجاوب مع هذا الفحص والتدقيق.

2- مبدأ الشفافية: على المنظمة أن تتحلّى بالشفافية في قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع، والبيئة، كما يجب عليها أن تفصح على نحو واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها التي تكون مسؤولة عنها.

¹ عبد السلام مخلوفي، سفيان بن عبد العزيز، تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعددة الجنسيات، الملتقى الدولي الثالث، منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار،

ص 17

² المرجع نفسه، ص 52.

3- مبدأ القيم والأخلاقيات: تعمل بموجبه المنظمة على تطوير الممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق والمصلحة.

4- مبدأ الحماية وإعادة الإصحاح البيئي: يدعو إلى أن تقوم المنظمة بحماية وإعادة إصحاح البيئة، والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات، والأنشطة الأخرى، وإدماج ذلك في العمليات اليومية.

5- مبدأ مواصفات موقع العمل:

ترتبط أنشطة المنظمة بإدارة الموارد البشرية، ذلك لأن العمال يمثلون شركاء مهمين في العمل مما يستوجب احترام حقوقهم من خلال ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع، وبيئة عمل آمنة وخالية من المضايقات.

6- مبدأ احترام حقوق الإنسان: يجب أن تنفذ المنظمة السياسات، والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وأن تحترم هذه الحقوق وتعترف بأهميتها وعموميتها.

7- احترام سلطة القانون: ينبغي على المنظمة أن توافق على احترامها لسلطة القانون بشكل إلزامي، ويجب أن تلتزم بجميع القوانين واللوائح السارية " المحلية والدولية "، مع ضرورة ملاحظتها داخل إطار المنظمة.

8- مبدأ الأداء المالي والنتائج: تعمل المنظمة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي، بينما تحافظ في نفس الوقت على الممتلكات والأصول، وأن تكون سياسات المنظمة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل.

9- مبدأ الارتباط المجتمعي: وفق هذا المبدأ تعمل المنظمة جاهدة على تعميق العلاقات مع المجتمع الذي تتعامل معه، حيث تلعب المنظمة هنا دوراً يتسم بالإيجابية والتعاون والمشاركة قدر الإمكان في جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة، وممارسة الأعمال.

وفي الأخير ينبغي على المنظمة أن تبذل كل ما بوسعها من أجل تعزيز الوعي بأهمية هذه المبادئ عند ممارستها لمسؤوليتها الاجتماعية.

ثانيا: معايير المسؤولية الاجتماعية

يتم تقييم المسؤولية الاجتماعية من خلال أربعة معايير وهي¹.

1 - معيار الأداء الاجتماعي للعاملين بالمنظمة:

يتضمن هذا المعيار جميع تكاليف الأداء، بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المنظمة للعاملين فيها، بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية، أو نوع وطبيعة أعمالهم، وهنا تلتزم المنظمة بتوفير كافة العوامل اللازمة لتعزيز ولاء وانتماء العاملين، كالاهتمام بحالتهم الصحية، وتدريبهم، والاهتمام بهم عند انتهاء فترة عملهم وغيرها.

2 - معيار الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:

يشمل كافة تكاليف الأداء التي تصب في خدمة المستهلكين، وتتضمن تكاليف الرقابة على الجودة، وتكاليف البحث والتطوير، ثم تكاليف ضمانات المتابعة لما بعد البيع، وغيرها من الخدمات التي تحقق الرضا عن المنافع المترتبة عن المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

3 - معيار الأداء الاجتماعي للمجتمع:

ويتضمن بدوره كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المنظمة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمنظمات التعليمية، الثقافية، الرياضية والخيرية، وكذا برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

4- معيار الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:

وهو يشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المبذولة لحماية المحيط الذي تعمل به المنظمة داخل نطاقها الجغرافي، حيث تعمل جاهدة على رد الضرر عن البيئة المحيطة جراء نشاطاتها الصناعية، وتجنب تلوث الهواء والبيئة البحرية، والأعشاب الطبيعية، والمزروعات وغيرها.

المطلب الثاني: المواصفة ISO26000 والمسؤولية الاجتماعية

أصبحت المسؤولية الاجتماعية أحد العوامل الجوهرية التي تؤثر على أداء المنظمات، الأمر الذي ولد لدى هذه الأخيرة ضرورة الاهتمام بالسلوك المجتمعي المسؤول، وفي هذا السياق كانت هناك العديد

¹ محمد فلاق، قدور بن نافلة، مرجع سبق ذكره، ص102.

من المحاولات والمبادرات والبرامج الساعية إلى إعطاء مفهوم عالمي للمسؤولية الاجتماعية وما يجب على المنظمات القيام به للعمل بطريقة مسؤولة اجتماعيا، وهو ما جاءت به المواصفة **ISO 26000**.

أولاً: تعريف المواصفة **ISO 26000**

- هي مواصفة قياسية دولية متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وضعت بغرض مساعدة المنظمة في تحقيق

الثقة المتبادلة بينها وبين الأطراف المعنية عن طريق تطوير آدائها المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.¹

- إيزو 26000 هو معيار دولي أطلقته المنظمة الدولية للمعايير، ليقدم توجيهات بخصوص المسؤولية

الاجتماعية، والهدف منه هو المشاركة في عملية التنمية المستدامة العالمية.²

ومن أهم خصائص هذا المعيار نذكر ما يلي:³

* هو معيار توجيهي تطوعي.

* مصمم ليتم استخدامه من قبل جميع المنظمات، بما فيها غير الربحية كالمستشفيات والمدارس، والجمعيات الخيرية.

* تم تطوير من خلال عملية تتضمن العديد من الجهات المهمة، واجتماعات ضمن ثمانية مجموعات عمل بجلسات عامة تم عقدها بين عامين 2005 و2010.

الهدف من هذه المواصفة هو تعميم مبدأ المسؤولية الاجتماعية ضمن معايير أخلاقية عالمية تحترم الحقوق والواجبات من خلال مشاركة جميع قطاعات المجتمع.

ثانياً: المبادئ الأساسية والموضوعات الرئيسية ضمن الإيزو 26000.

أ-المبادئ: هناك سبع مبادئ أساسية لا بد من الالتزام بها وهي:⁴

1-مبدأ المسؤولية.

2 -مبدأ الشفافية.

3 -مبدأ السلوك الأخلاقي.

4-مبدأ احترام اهتمامات الجهة ذات الصلة.

¹ مدحت محمد أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص75.

² عبد السلام مخلوفي، سفيان بن عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص45.

³المرجع نفسه، ص46.

⁴دليل ارشادي حول المسؤولية الاجتماعية، الترجمة الرسمية، الأمانة المركزية ISO، جينيف، سويسرا، 2010، ص10.

5- مبدأ احترام المبادئ والقوانين.

6 -مبدأ احترام قواعد السلوك الدولي.

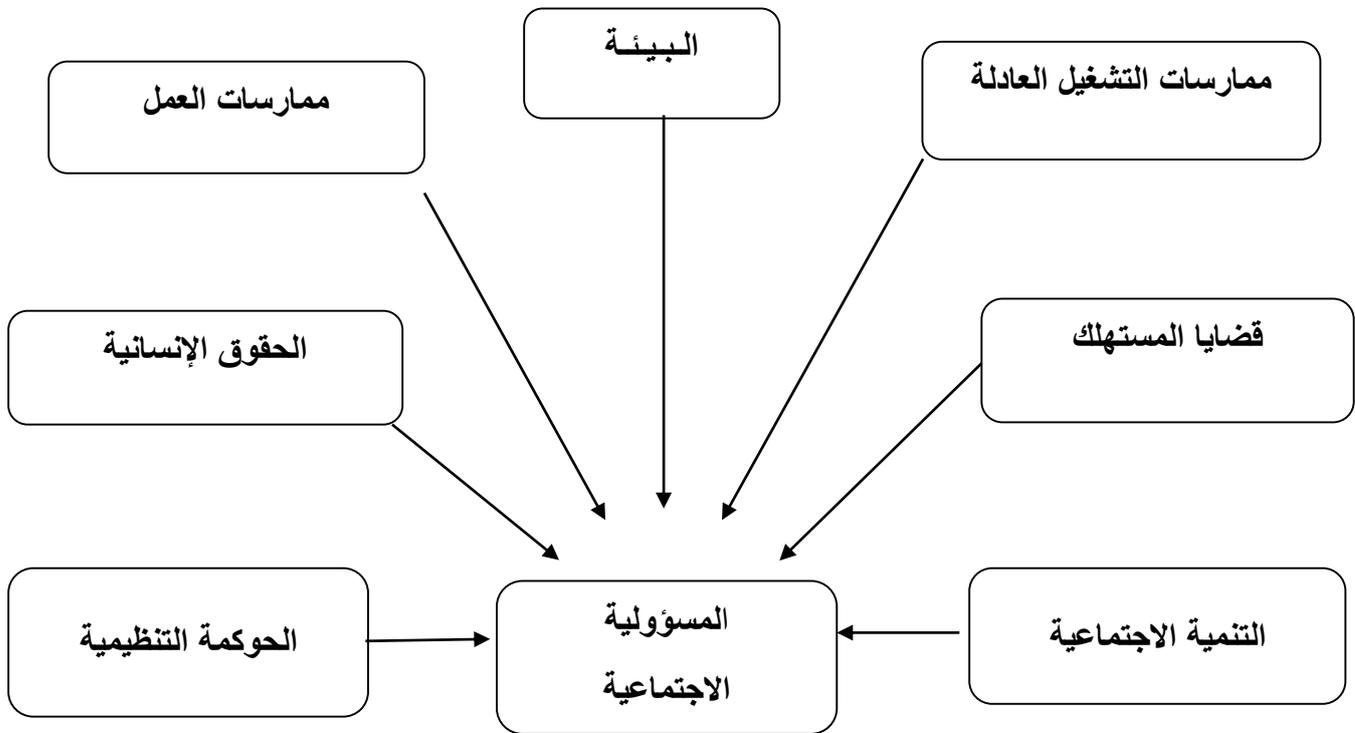
7-مبدأ إحترام حقوق الانساني¹

ب - الموضوعات: تتلخص في الموضوعات الرئيسية التي يجب على كل مستخدم لمعيار إيزو 26000

معرفة وقد حددت المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO سبعة مجالات تمثل القضايا. أو الموضوعات

الرئيسية للمواصفة القياسية في المسؤولية الاجتماعية، والتي يمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل (3) مجالات الاهتمام الرئيسية للمواصفة القياسية ISO 26000 في المسؤولية الاجتماعية



المصدر: مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المواصفة القياسية ISO26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2015، مصر، ص39.

¹ دليل ارشادي حول المسؤولية الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص11.

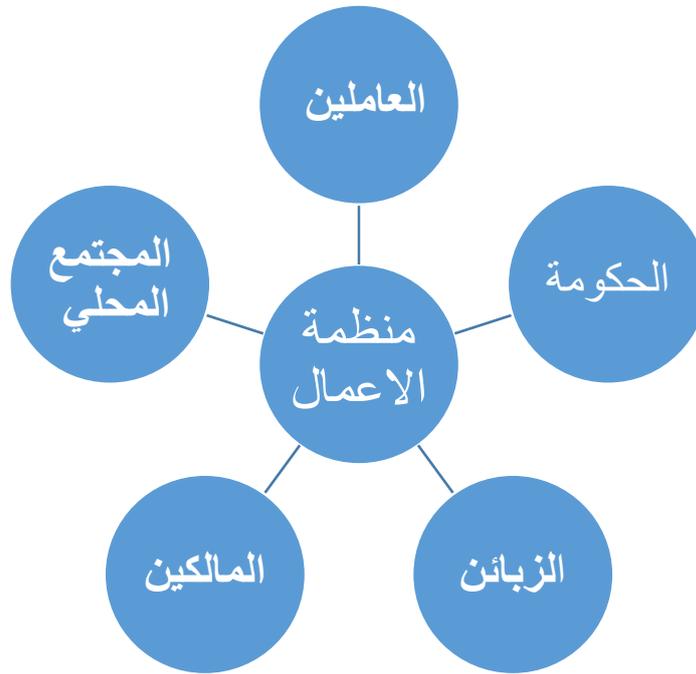
ثالثاً: فوائد المواصفة ايزو 26000:

- تقدم الايزو 26000 توجيهات لجميع أنواع المنظمات، بغض النظر عن حجمها، أو نشاطها للعمل بأسلوب مسؤول اجتماعياً وذلك بتقديم إرشادات بخصوص ما يلي:
- المفاهيم والمصطلحات والتعريفات المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية.
 - خلفية واتجاهات وخصائص المسؤولية الاجتماعية.
 - المواضيع والقضايا الأساسية ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية.
 - المبادئ والممارسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
 - دمج وتنفيذ وتعزيز السلوك المسؤول اجتماعياً في المنظمة بأسرها.
 - تحديد أصحاب المصلحة والتعامل معهم.
 - تبادل الالتزامات، والمعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- كما أن التزام المنظمة بالمسؤولية الاجتماعية طبقاً لهذه المواصفة، يؤثر في مجالات أخرى مثل:
- الميزة التنافسية للمنظمة.
 - السمعة الطيبة.
 - القدرة على اجتذاب العمال والزبائن والعملاء.
 - الحفاظ على معنويات الموظفين والالتزاماتهم.
 - ارتفاع مستويات الإنتاجية.
 - العلاقة الجيدة والانطباع الإيجابي لدى المؤسسات، والحكومات ووسائل الإعلام والمجتمع المدني الذي تعمل به المنظمة.¹

¹ المسؤولية الاجتماعية ISO 26000، ص3، متاح على الموقع: www.iso.org/isofocus تاريخ الاطلاع: 2018/03/25.

رابعاً: آلية الاسترشاد بالمواصفة ISO 26000 لتبني المنظمة للمسؤولية الاجتماعية يمكن للمنظمات تطبيق الايزو 26000 والاستفادة منها، وذلك من خلال الاعتراف بمسؤولياتها الاجتماعية ضمن دائرة نفوذها، وتحديد الانخراط مع أصحاب المصلحة، والشكل أدناه يمثل فئات أصحاب المصالح المختلفة.

الشكل (04) منظمة الأعمال وفئات أصحاب المصالح.



المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، ط 2، ص 79.

كما ينبغي على المنظمة أن تسعى إلى إدماج المسؤولية الاجتماعية خلال قراراتها، وأنشطتها، وذلك باستخدام توجيهات الايزو 26000، وهذا ينطوي على ممارسات مثل جعل المسؤولية الاجتماعية جزءاً لا يتجزأ من سياساتها، وثقافتها التنظيمية، واستراتيجيات وعملياتها، وبناء الكفاءة الداخلية للمسؤولية الاجتماعية.¹

¹ طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، ص 80.

وعليه فإن المواصفة إيزو 26000 توفر إطار عمل يمكن للمنظمات الاستعانة به واستغلاله عند قيامها بمسؤوليتها الاجتماعية، مع تعيين أصحاب المصلحة والعمل معهم لتحقيق ذلك، من خلال دمج الخبرات الدولية من أجل الحصول على أفضل الممارسات لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي فإن هذه المواصفة هي أداة قوية لمساعدة المنظمات على الانتقال من النوايا الطيبة إلى الأعمال الطيبة.

المطلب الثالث: مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

عند ممارسة المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية سواء تجاه العاملين أو العملاء أو تجاه المجتمع، فإن ما يترتب عن ذلك من تكاليف يسمى بالتكاليف الاجتماعية، وفي المقابل يطلق على المنافع الناتجة سواء لصالح المؤسسة نفسها أو لصالح العاملين أو العملاء أو المجتمع بالعوائد الاجتماعية¹. ولتحقيق الهدف من استخدام تلك التكاليف والعوائد الاجتماعية لابد من القيام بعملية قياس لها وهذا يحتاج عددا من الخطوات تتمثل فيما يلي:²

- 1- تحديد مفهوم واضح وصريح لكل من الأنشطة الاجتماعية، والتكاليف الاقتصادية في دفاتر المؤسسة.
- 2- التفرقة الدقيقة بين التكاليف الاجتماعية، والتكاليف الاقتصادية في دفاتر المؤسسة.
- 3- الإفصاح عن التكاليف الاجتماعية بشكل منفصل عن التكاليف الاقتصادية داخل التقارير والقوائم المالية الصادرة عن المؤسسة.
- 4- قياس كل من التكاليف الاجتماعية، والعوائد الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية لأغراض تقييم الدور الاجتماعي للمؤسسة.
- 5- الفرق بين التكاليف الاجتماعية، والعوائد الاجتماعية يحدد مدى نجاعة التزام المنظمة بمسؤولياتها الاجتماعية.

وقد تم وضع عدد من المؤشرات التي يمكن استخدامها في قياس الدور الاجتماعي الذي تؤديه المؤسسات من خلال قيامها بمختلف الأنشطة الاجتماعية تجاه الأطراف المتعددة سواء داخلها أو خارجها، ويتم مقارنة تلك المعايير تاريخيا عبر فترة من الزمن للوقوف على تطور الأداء، أو تتم المقارنة مع مؤشرات

¹ فؤاد محمد عيسى، المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص في مصر، دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات، نقلا عن الموقع الإلكتروني: www.mop.gov.eg.

² هبة نصار، المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال في مصر، بحث ميداني استطلاعي، كتاب الاهرام الاقتصادي، العدد 238، يوليو، 2007، ص13.

آداء المؤسسات مماثلة في المجتمع، أو يتم قياس تلك المؤشرات مع مؤشر آداء اجتماعي يتم الاتفاق عليه في مجالات العمل الاجتماعي يطلق عليه مؤشر الصناعة أي مؤشر صناعة الآداء الاجتماعي من منظور المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال ويمكن عرض بعض هذه المؤشرات كما يلي:¹

1- مؤشرات قياس حجم الإسهام الاجتماعي للمؤسسة تجاه العاملين :

تضم هذه المؤشرات ما يلي:

أ- مؤشر قياس الدخل النقدي للعاملين بالمؤسسة: يتضمن المرتبات والأجور والمكافآت والحوافز النقدية التي يحصل عليها العمال خلال فترة زمنية معينة، ويتم حسابه كما يلي:

مؤشر قياس الدخل النقدي للعاملين = المرتبات والأجور + المكافآت والحوافز النقدية

عدد العاملين

ب- مؤشر قياس مساهمة المؤسسة في حل بعض المشكلات الاجتماعية للعاملين لديها: تتمثل تلك المساهمة في تحمل المؤسسة لأعباء توفير السكن، وسائل النقل، التأمينات الاجتماعية، الرعاية الصحية، الرحلات الرياضية والترفيهية، والثقافية، ويتم حسابه كما يلي:

مؤشر قياس مساهمة المؤسسة = عدد العاملين المستفيدين من مساهمة المؤسسة في حل مشكلات الأجور

عدد العاملين في المؤسسة

ج- مؤشر قياس مساهمة المؤسسة في رفع مستوى مهارة وكفاءة العاملين بها: ويوضح هذا المؤشر ما تقوم المؤسسة بإنفاقه على تعليم وتدريب وتنقيف العاملين بها، من أجل رفع مستواهم العلمي والتقني، ويتم حسابه كما يلي:

معدل نصيب العامل = تكلفة مساهمة المؤسسة في تكاليف التدريب والتطوير

إجمالي قيمة مرتبات والأجور المدفوعة للعاملين.

¹ اليكسندر سكولنيكوف، وآخرون، النموذج التجاري لمواطنة الشركات، مركز المشروعات الدولية الخاصة، التقرير رقم 410، 2004/12/27، ص5.

د - مؤشر قياس مساهمة المؤسسة في توفير الأمن الصناعي للعاملين بها:

$$\text{مؤشر القياس} = \frac{\text{عدد الحوادث التي تقع في السنة}}{\text{عدد ساعات العمل الفعلية السنوية}}$$

هـ - مؤشر قياس استقرار حالة العمل بالمؤسسة:

$$\text{مؤشر القياس} = \frac{\text{عدد العاملين تاركي الخدمة سنويا}}{\text{إجمالي عدد العاملين}}$$

و - مؤشر حصة العامل في توزيعات الأرباح السنوي للمؤسسة:

$$\text{متوسط حصة العامل في الأرباح} = \frac{\text{قيمة الأرباح السنوية الموزعة على العاملين}}{\text{عدد العاملين}}$$

2- مؤشرات قياس تكلفة الأنشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء.

وتضم هذه المؤشرات ما يلي:

أ - مؤشر قياس نفقات المؤسسة على أبحاث وتطوير منتجاتها وخدماتها للعملاء:

$$\text{متوسط ما ينفق على التحسين} = \frac{\text{نفقات أبحاث تطوير وتحسين جودة المنتج والخدمة}}{\text{إجمالي تكاليف الإنتاج أو الخدمات المؤداة}}$$

ب - مؤشر قياس دور المؤسسة في الرد على استفسارات ومشكلات العملاء:

$$\text{نسبة عدد المشكلات التي استجابت لها المؤسسة} = \frac{\text{عدد المشكلات التي عالجتها المؤسسة واستجابت لها}}{\text{إجمالي عدد المشكلات المقدمة من العملاء}}$$

3- مؤشرات قياس تكلفة حجم الإسهام الاجتماعي للمؤسسة اتجاه المجتمع وحماية البيئة: وتشمل

هذه المؤشرات على:¹

أ- مؤشر قياس مساهمة المؤسسة في تحقيق الرفاهية: وذلك في عدة جوانب الاجتماعية، والثقافية،

والرياضية، والمشاركة في المجالات التعليمية والصحية وفي كل ما يحتاجه أفراد المجتمع المحلي بشكل

عام، ويتم حسابه كما يلي:

¹ اليكسندر سكولنيكوف، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص6.

معدل تكلفة الإنفاق = $\frac{\text{تكلفة مساهمة المؤسسة في الأنشطة الاجتماعية للمجتمع}}{\text{إجمالي التكاليف الاجتماعية والأنشطة الاجتماعية التي ساهم فيها المؤسسة}}$

ب - مؤشر قياس مساهمة المؤسسة في توفير فرص العمل الجديدة:

معدل المؤسسة في التشغيل = $\frac{\text{عدد العاملين المعيّنين بالمؤسسة سنويا}}{\text{إجمالي عدد القوى العاملة في الدولة}}$

ج - مؤشر قياس مساهمة المؤسسة في الحفاظ على البيئة المحيطة: يشمل هذا المؤشر تكلفة ما تقدمه المؤسسة في إعداد الدراسات والأبحاث العلمية، وإقامة الحدائق، وتشجير المنطقة، وشراء المعدات اللازمة لمنع التلوث، ومنع الأضرار، للحفاظ على البيئة جميلة ونظيفة.

معدل اتفاق المؤسسة = $\frac{\text{تكلفة مساهمة المؤسسة في الحفاظ على البيئة المحيطة}}{\text{إجمالي ميزانية الأبحاث وتطوير للمؤسسات في المنطقة}}$

د - مؤشرات قياس مساهمة المؤسسة في تطوير وتحسين البنية التحتية في المنطقة المحيطة: ¹

معدل مساهمة المؤسسة = $\frac{\text{تكلفة مساهمة المؤسسة في تكاليف تحسين البنية التحتية}}{\text{إجمالي تكاليف الاجتماعية للمؤسسة في المنطقة}}$

¹ اليكسندر سكولنيكوف، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 7.

خلاصة الفصل الأول:

أصبحت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات موضع نقاش واسع يحظى باهتمام كبير من قبل منظمات الأعمال، فهي عبارة عن شكل من أشكال التنظيم الذاتي الذي يتم إدماجه ضمن نموذج أعمال المؤسسة، وذلك بهدف الالتزام بالمسؤولية عن أعمال المؤسسة، وتشجيعها على إحداث آثار ايجابية من خلال أنشطتها على المستهلكين والموظفين، والبيئة والمجتمعات، وكل ما من شأنه أن يتأثر بنشاط المؤسسة من قريب أو من بعيد.

تشير المسؤولية الاجتماعية إلى كونها التزاما أخلاقيا بين المؤسسة من جهة، وأصحاب المصالح، والمجتمع عامة من جهة أخرى، بحيث تسعى المؤسسة من خلال هذه الالتزام الأخلاقي إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع، بما من شأنه أن يجعلها طرفا فاعلا ومساهما في تنمية المجتمع، وخدمته، ينبغي ألا يتوقف التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية عند حدود الاعتراف بها والتصريح عنها، وإنما لابد أن تطمح المؤسسة إلى الحصول على المواصفة القياسية ISO 26000، كأداة مهمة تعزز هذا الالتزام.

إن الاهتمام بجوهر المسؤولية الاجتماعية، من شأنه أن يحول هذه الأخيرة من مجرد أعمال خيرية، تطوعية بسيطة إلى تنفيذ مشاريع تنموية قابلة للتقييم والقياس والمقارنة، ترقى بالمجمعات التي تحتضنها إلى أرقى المستويات.

الفصل الثاني:

المؤسسة الاقتصادية

بين الاستثمار في

المسؤولية الاجتماعية

وتحقيق الأهداف

الاقتصادية

تمهيد

إن التطور المستمر في أهداف منظمات الأعمال، وانتقالها من الهدف الاقتصادي التقليدي المتمثل في تعظيم الأرباح إلى تحقيق الأهداف الاجتماعية، جاء نتيجة العديد من العوامل على رأسها تغير بيئة الأعمال المعاصرة، وتزايد الوعي والقدرة على التمييز الذكي والمفاضلة بين المنظمات على الصعيدين الاجتماعي والاقتصادي على حد سواء.

هذا الالتزام الجديد يتم في إطار ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية والتي يتم ممارستها وتطبيقها ضمن النظام الإداري لمنظمات الأعمال من خلال وضع برنامج المسؤولية الاجتماعية، والاهتمام بتنفيذها، ومتابعة النتائج المترتبة عليها.

كما أن درجة تبني وتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يختلف باختلاف طبيعة المنظمات، وبيئة الأعمال السائدة، غير أن الهدف الأساسي من هذا كله يتمثل في ضرورة انتهاج سياسة تهدف لدمج البعد الاجتماعي مع البعد الاقتصادي والعمل على إيجاد علاقة تكاملية بينهما تخدم الهدف العام للمنظمة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمؤسسة الاقتصادية

تعتبر المؤسسة الاقتصادية النواة الأساسية والأداة الفعالة للنشاط الاقتصادي الأمر الذي جعلها تحتل مكانة هامة لدى العديد من الباحثين، وباعتبارها متعاملا اقتصاديا ذو دور فعال في المجتمع فإن هذا يقودنا إلى التفكير في بعدها الاقتصادي والاجتماعي، ونظرا لما تتوفر عليه من قدرات إنتاجية وتنظيم دائم فهي قادرة على توفير السلع والخدمات لتلبية حاجيات المستهلكين من جهة، وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة أخرى.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية

عمل العديد من الباحثين على تناول مفهوم المؤسسة الاقتصادية بالبحث والدراسة بغرض التوصل إلى مفهوم شامل وواضح لها.

أولاً: تعريف المؤسسة الاقتصادية

- من الصعب جدا وضع تعريف موحد وواضح للمؤسسة الاقتصادية، نظرا لتعدد وتباين آراء الاقتصاديين حول مفهومها، وفيما يلي ندرج بعض التعاريف الخاصة بها:
- التعريف الأول: المؤسسة هي الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي والنشاطات المتعلقة به من تخزين وشراء وبيع من أجل تحقيق الأهداف التي وجدت المؤسسة من أجلها¹.
 - التعريف الثاني: " المؤسسة هي منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية والمادية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف المسطرة في نطاق زمني ومكاني معين " ².
 - التعريف الثالث: " المؤسسة هي منظمة تجمع بين أشخاص ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال والقدرات من أجل إنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفته " ³.

¹درحمون هلال، المحاسبة التحليلية نظام معلومات تسيير ومساعدة على اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص13 .

²غول فرحات، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008، ص8 .

³المرجع نفسه، ص9 .

- التعريف الرابع: " المؤسسة هي كل تنظيم إنتاجي معين، الهدف منه هو إيجاد قيمة سوقية معينة، من خلال الجمع بين عوامل إنتاجية معينة، ثم تتولى بيعها في السوق لتحقيق الربح المتحصل من الفرق بين الإيرادات الكلية والناجحة من ضرب سعر السلعة في الكمية المباعة منها، وتكاليف الإنتاج".¹

وعليه يمكن إعطاء تعريف شامل للمؤسسة الاقتصادية بأنها: كل تنظيم اقتصادي مستقل ماليا، في إطار قانوني واجتماعي معين، هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج أو تبادل السلع والخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين بغرض تحقيق الأهداف المسطرة.

ثانيا: خصائص المؤسسة الاقتصادية

من خلال عرض التعاريف السابقة للمؤسسة الاقتصادية، يمكن استخلاص الخصائص التالية والتي تتصف بها المؤسسة الاقتصادية:²

- للمؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات، أو من حيث واجباتها أو مسؤولياتها.
- القدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي وجدت من أجلها.
- أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها تمويل كاف وظروف سياسية مواتية وعدالة كافية، وقادرة على تكيف نفسها مع الظروف المتغيرة.
- التحديد الواضح للأهداف والسياسة والبرامج وأساليب العمل، فكل مؤسسة تضع أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها.
- ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها، ويكون ذلك إما عن طريق الإعتمادات، وإما عن طريق الإيرادات الكلية أو عن طريق القروض أو الجمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف.
- لا بد أن تكون المؤسسة مواتية للبيئة التي وجدت فيها وتستجيب لهذه البيئة، فالمؤسسة لا توجد منعزلة، فإذا كانت ظروف البيئة مواتية فإنها تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف.
- المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، بالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج، ونمو الدخل الوطني، فهي مصدر رزق للكثير من الأفراد.

¹ عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة السادسة، 2008، ص 24 .

² رفيقة حروش، اقتصاد وتسيير المؤسسة، شركة دار الأمة، الجزائر، 2013، ص، ص 31، 32 .

➤ يجب أن يشمل إصلاح المؤسسة بالضرورة فكرة زوال المؤسسة، إذا ضعف مبرر وجودها أو تضاءلت كفاءتها.

ثالثا: أهداف المؤسسة الاقتصادية

تختلف أهداف المؤسسات حسب طبيعة النشاط الذي تقوم به، حيث يمكن تعريف الأهداف على أنها:¹ «تصورات لنهاية مرغوبة، ظروف وحالات، يسعى العاملون لتحقيقها من خلال أداء واجباتهم». وبالرغم من صعوبة حصرها، إلا أن أغلبية المؤسسات تسعى أساسا لتحقيق الأهداف الآتية:²

1- الأهداف الاقتصادية: تتمثل الأهداف الاقتصادية للمؤسسة في تحقيق الربح، تحقيق متطلبات المجتمع وعقلنة الإنتاج.

2- الأهداف الاجتماعية: تعلق بضمان مستوى مقبول من الأجور، تحسين مستوى معيشة العمال، إقامة أنماط استهلاكية معينة، الدعوة إلى تنظيم وتماسك العمال، توفير التأمينات، والمرافق العامة.

3- الأهداف الثقافية والرياضية: تتعلق هذه الأهداف بالجانب التكويني والترفيهي، كتوفير وسائل ترفيهية وثقافية، تدريب العمال المبتدئين، رسكلة القدامى، وتخصيص أوقات للرياضة.³

4- الأهداف التكنولوجية: كإنشاء هيئة للبحث والتطوير، استعمال وسائل إعلامية حديثة لربح الوقت وتقليل التكلفة والحصول على معلومات دقيقة وموثوقة.⁴

المطلب الثاني: وظائف المؤسسة الاقتصادية:

يمكن تحديد الوظائف التي تتكون منها أي مؤسسة من خلال هيكلها التنظيمي، وقد تختلف هذه الوظائف من حيث العدد من مؤسسة إلى أخرى أو طبيعة نشاطها، لكن القاسم المشترك بينها هو أنها تتشابه في الوظائف الأساسية التي تعتمد عليها لبلوغ أهدافها، والتي يمكن تلخيصها في الآتي:⁵

أولا: وظيفة التسويق: وهي عبارة عن تطوير للوظيفة التجارية التي عرفت منذ القدم وتهدف هذه الوظيفة إلى:

- دراسة وتوقع احتياجات المستهلكين.

¹ غول فرحات، مرجع سبق ذكره، ص 12 .

² رفيقة حروش، مرجع سبق ذكره، ص 34.

³ عمر صخري، مرجع سبق ذكره، ص 31.

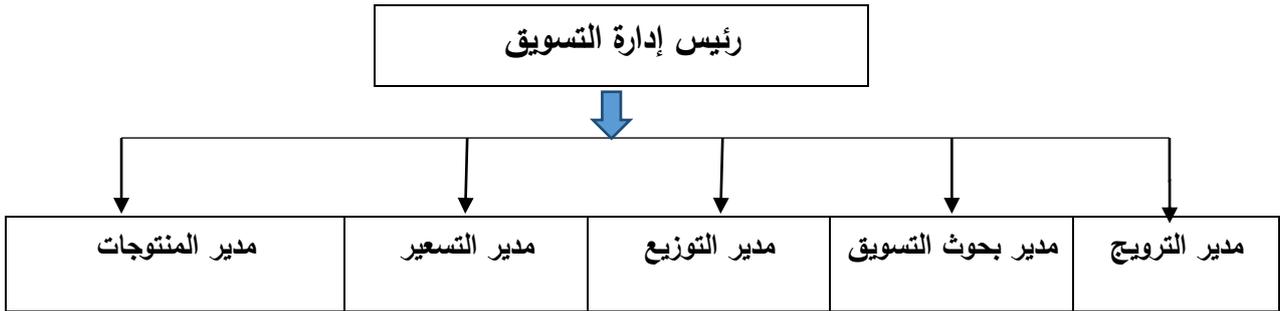
⁴ علي كساب، استخدام بحوث العمليات في الإنتاج الصناعي (الأمثلية في الإنتاج)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، 1987، ص 35.

⁵ درحمن هلال، مرجع سبق ذكره، ص 26.

- عرض المنتج أو الخدمة في المكان المناسب.
 - الإعلام بوجود منتج أو خدمة بمختلف خصائصها.
 - بيع المنتج أو الخدمة للمستهلك على أساليب تقييم مالي مناسب.
 - دراسة السوق، قنوات التوزيع وكذا الأسعار المنافسة بصورة موضوعية.
 - معرفة الأسباب الحقيقية التي تؤدي إلى انخفاض قيمة المبيعات.
- ومن خلال كل هذه المعطيات تستطيع المؤسسة أن تضع التنبؤات الصحيحة التي تمكنها من الاستجابة لمتطلبات السوق.¹

وتجدر الإشارة هنا إلى أن نشاطات كثيرة، وفي سبيل إنجازها قد تعتمد المؤسسة على الشكل التنظيمي الذي يناسبها². ومن أهم الوظائف الفرعية التي قد تتفرع من وظيفة التسويق ما يوضحه الشكل أدناه.

الشكل رقم (5): تنظيم إدارة التسويق



المصدر: غول فرحات، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، الدار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2008، ص92.

كما أن للتسويق جملة من الخصائص:³

- ❖ التسويق هو حالة معنوية، لأنه قائم على دراسة حاجيات المستهلكين.
- ❖ التسويق يعتمد على المناهج العلمية، حيث يسعى لتفادي الصدفة عن طريق القياس، والإحصائيات والمناهج، والمعلوماتية.....
- ❖ التسويق منهج شامل، يساعد في إحداث تكامل بين جميع وظائف المؤسسة المتعلقة بالسوق، إضافة إلى أنه يساهم في التخطيط.

¹ عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديون المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، 2006، الجزائر، ص222.

² غول فرحات، مرجع سبق ذكره، ص92.

³ ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998، ص327.

ثانيا: وظيفة الإنتاج

يعتبر الإنتاج الوظيفة الأساسية للمؤسسات الإنتاجية، فهو المبرر لوجودها والحافز، على استمرارها وبقائها كون الإنتاج يرتبط بإشباع الحاجات الإنسانية، وبالتالي فإنه يستمر مادامت الحاجة الإنسانية قائمة.

ويمكن تعريف وظيفة الإنتاج بأنها تلك العملية التي يتم من خلالها حشد الجهود نحو تصنيع سلعة معينة ضمن مواصفات محددة وجودة مناسبة، وسعر منافس في فترة زمنية محددة.¹ وبذلك نستطيع اختصار هذه العملية في مجموع العمليات التي يتم من خلالها الإنتاج من خلال تحويل المدخلات إلى مخرجات عبر عمليات التشغيل، وتقديمها للمستهلكين لتحقيق الإيرادات المطلوبة، والنهوض بالمؤسسة اقتصاديا، علما أن عملية الإنتاج تختلف من نظام اقتصادي إلى نظام اقتصادي آخر.²

ثالثا: وظيفة الموارد البشرية

تحتل وظيفة الموارد البشرية مكانة هامة في المؤسسة، فهذه الأخيرة لها أموال، زائن تكنولوجيا وأسواق..... ولتقوم بتشغيل كل هذا فهي بحاجة إلى محرك أساسي، وهو الأفراد.³ وتعرف وظيفة الموارد البشرية على أنها مجموعة النشاطات المتعلقة، بحصول المؤسسة على احتياجاتها من الموارد البشرية، وتطويرها، وتحفيزها، والحفاظ عليها، بما يمكنها من تحقيق الأهداف بأعلى مستويات الكفاءة والفعالية.⁴

كما أن إدارة الأفراد تعتبر إدارة مساعدة ومتخصصة، ومستقلة عن الإدارات الأخرى في المؤسسة، فهي تقوم بتنفيذ جزء من البرامج، والخطط التي تساهم في إعدادها وتصادق عليها إدارة المؤسسة، وهذا كله يكون من خلال التكوين، والتشغيل وغيرها من الأعمال المتعلقة بالأفراد وعملهم.⁵

رابعا: الوظيفة الإدارية " وظيفة البحث والتطوير"

تهتم هذه الوظيفة بتطوير المنتجات تماشيا مع ذوق ورغبة المستهلك كما تقوم أيضا بابتكار منتجات جديدة ذات قدرة تنافسية، وبتكاليف منخفضة وتخص المؤسسة في عملية التسيير، وذلك

¹سعاد نائف برنوطي، إدارة الاعمال الصغيرة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص226.

²المرجع نفسه، ص227.

³جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2003، ص36.

⁴المرجع نفسه، ص 37.

⁵صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1982، ص60.

بمحاولتها إيجاد العلاقات بين مختلف الوظائف داخل المؤسسة لضمان السير الحسن لها، وتحقيق أهدافها، ويعتبر التنظيم أحد العناصر المكونة للتسيير، فهو يأتي بعد رسم الخطة بغية تحقيق هدف معين¹.

خامسا: الوظيفة المالية

تعتبر الوظيفة المالية من أهم وظائف المؤسسة، فهي مجموعة من المهام أو العمليات التي تسعى إلى البحث عن الأموال اللازمة لتمويل احتياجات المؤسسة، حيث تقوم هذه الأخيرة بتحديد احتياجاتها من الأموال، وذلك من خلال خطتها الاستشارية، ثم تقوم بدراسة إمكانية الحصول على الأموال، وفي الأخير تختار أحسن إمكانية تمويل والتي تناسب خطتها وبالتالي تحقيق أهدافها المسطرة.²

سادسا: الوظيفة التموينية

تعتبر هذه الوظيفة من العمليات الأساسية لسير عملية الإنتاج، وتشمل عمليتين تتمثل الأولى في عملية الشراء والثانية في عملية تسيير المخزون، فالأولى تتم إما على مستوى الأسواق الداخلية أو الخارجية، أما الثانية فتعتبر من أهم العمليات التي تدخل في التسيير الحسن لعملية التموين، ممثلة بذلك حلقة وصل بين التمويل وعملية الإنتاج، وكذا بين الإنتاج والتسويق.³

المطلب الثالث: المؤسسة الاقتصادية وعلاقتها بالمحيط

أدى اشتداد المنافسة مع تسارع وتيرة الابتكارات والاختراعات إلى إحداث تغيرات جذرية مع الأفكار والممارسات السابقة للمؤسسة الاقتصادية، وأصبحت هذه الأخيرة لا تكفي بالأوضاع الجارية فحسب بل أصبح اهتمامها ينصب على توقع واستباق التغيرات التي تحدث في محيطها، والاستجابة السريعة لها والتكيف معها باستمرار بهدف التأثير على المحيط كلما توفرت الوسائل لذلك.

أولا: تعريف محيط المؤسسة الاقتصادية ومكوناته

يرى ديل Dill أن محيط العمل الخاص بالمؤسسة هو «ذلك الجزء من المحيط الذي يلائم عملية وضع وتحقيق الأهداف الخاصة بالمؤسسة، ويتكون هذا المحيط من خمس مجموعات من المتعاملين

¹ صمويل عبود ، مرجع سبق ذكره، ص 61.

² عبد السلام عبد الغفور وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الصفاء، سوريا، 2001، ص48.

³ سعاد نائف برنوطي، مرجع سبق ذكره، ص 232.

وهي: الزبائن، الموردین، العاملين، المؤسسات المنافسة، بالإضافة إلى جماعات الضغط والتأثير كالحكومات واتحادات العمال وغيرها...¹

أما التعريف الثاني، فيرى صاحبه: "P.Filho" أن المحيط الذي تعمل فيه المؤسسة ينطوي على ثلاث مجموعات من المتغيرات:²

* **المجموعة الأولى:** تضم المتغيرات على المستوى الوطني مثل العوامل الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية.

* **المجموعة الثانية:** تضم المتغيرات التشغيلية الخاصة بالمؤسسة، والتي ترتبط بمجموعة من المتعاملين معها، مثل الهيئات والتنظيمات الحكومية الإدارية، ومؤسسات التوزيع.

* **المجموعة الثالثة:** تضم المتغيرات المتعلقة بمحيط المؤسسة الداخلي من عمال، ومديرين، وغيرهم.... من التعريفين السابقين نستنتج:

- أن المؤسسة تتأثر في محيطها بمجموعة من العوامل المختلفة والمتشابهة، ويأخذ هذا المحيط أبعاداً متعددة منها ما هو اقتصادي، ومنها ما هو سياسي واجتماعي وثقافي.

- والمحيط يؤثر في المؤسسة، وتؤثر فيه بشكل تبادلي، لذلك أصبح من الضروري انفتاح المؤسسة على محيطها من أجل مواكبة كل التطورات الحاصلة فيه.

ثانياً: أهمية دراسة المحيط بالنسبة للمؤسسة:

من المعروف أن المؤسسة لا تعمل بمعزل عن العالم الخارجي، فهي تتشبط في محيط مليء بالعناصر التي تتفاعل معها.

وعلى الرغم من اختلاف أحجام وقدرات المؤسسات ودرجة تأثيرها في السوق، إلا أنها تهتم كثيراً بالمحيط الذي تتشبط فيه، الأمر الذي يدفعها إلى جمع المعلومات بشكل مستمر ودراستها وتحليلها لاستعمالها في حركتها الحالية والمستقبلية، من أجل ضمان الاستمرارية والبقاء في بيئة شديدة الغموض والتعقيد.³

¹ عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال، المكتب العربي الحديث، 1993، ص 19.

² المرجع نفسه، ص 20.

³ حاج صدوق شرفي، المؤسسة الاقتصادية العمومية واقتصاد السوق، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير، الجزائر، 2004، ص 94.

ومن الأسباب التي جعلت المؤسسة تهتم بمحيطها وتراقبه ما يلي:¹

- لأنه يفرض على المؤسسة قيودا وحدودا مختلفة: ثقافية، اجتماعية، بيئية واقتصادية.....
- تطور واتساع الأسواق، والتغير الدائم في الأذواق، وكذلك الاحتكاك الموجود بين الأمم.
- تستعمل المؤسسة الموارد المختلفة من المحيط، وتقدم إليه مخرجاتها، وبناء على ذلك وجب عليها الاهتمام بمكان وأسعار ونوعية تلك الموارد.
- تأثر أفراد المؤسسة من عمال ومسيرين بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المحيطة بهم.
- الخيارات أو القرارات التي تتخذها المؤسسة تكون ذات وزن مؤثر، ليس على عملها اليومي أو دورتها الاستغلالية فقط، بل على وجودها وبقائها كذلك، كأن تتأثر مثلا عند القيام بإنجاز فرع جديد أو تغيير التكنولوجيا المستعملة.
- مما سبق يمكننا القول بأن ما يحدث في محيط المؤسسة من تحولات وتقلبات جعلت منه محيطا معقدا وأكثر ديناميكية وكثافة، وأشد خطورة وعدوانية، الأمر الذي يضع المؤسسة في حالة عدم يقين نظرا لما يلي:²

- صعوبة توقع الأحداث المستقبلية وتقدير توجهاتها.
- اتساع رقعة المنافسة وارتفاع حدتها.
- ضغوطات بعض المنظمات الدولية.
- التطور التكنولوجي والمعرفي.

وأمام هذا الوضع، وهذه التحديات التي يفرضها المحيط على المؤسسة، يتطلب من هذه الأخيرة ضرورة مواكبة هذه التحديات، واستغلالها الاستغلال الأمثل، وذلك من أجل تحقيق أهدافها، كما يجب عليها ألا تنتظر ما سيحدث في المحيط لتقوم بردة الفعل، بل هي مجبرة أكثر من أي وقت مضى على سبق الأحداث إلى جانب الاستعداد اللازم لإحداث التغيير المناسب.³

¹ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص78.

²رواية محسن، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية، الدار الجامعية، مصر، 2001، ص60.

³محسن محمد الخضري، العولمة، مقدمة في فكر واقتصاد إدارة عصر اللادولة، مجموعة النيل العربية، مصر، 2000،

ثالثا: الآثار المتبادلة بين المؤسسة والمحيط

يعتقد البعض أن النجاح الذي تحققه المؤسسة الاقتصادية يعود إلى الفرص العديدة المتاحة لها، والتي هيأها لها المحيط الذي تنشط فيه، غير أن الواقع يشير إلى أن ما يحول بين الفشل والنجاح يتوقف على قدرة المؤسسة على التكيف والتأقلم مع ما يحدث حولها من تحولات وتقلبات، وهذا لا يأتي إلا إذا تمكنت المؤسسة من تحليل علاقة التأثير والتأثر بينها وبين محيطها.

1- أثر المحيط على المؤسسة: ويتمثل فيما يلي:¹

أ - الأثر التكنولوجي:

إن الآلات والمعدات التي تستعملها المؤسسة لها من التأثير ما يسهم بدرجة كبيرة في العملية الإنتاجية ويتوقف ذلك على:

مستوى تطور الآلات والمعدات، ملاءمة التقنيات المستعملة، توفير قطع الغيار، محاولة التهرب من مشكلة التبعية في تصليح الآلات.

ب - الأثر الإنساني:

إن محيط المؤسسة بصفة عامة يتكون من عناصر متعددة لا نستطيع أن نرتب أهميتها في العملية الإنتاجية إلا عنصرا واحدا وهو الإنسان، لأن كل شيء في الدورة الإنتاجية يرتبط بوجوده وقدراته وتكوينه.

إن الاهتمام بالإنسان كعنصر فعال في الحياة الاقتصادية معنويا وماديا، سيكون له الفعالية اللازمة في عملية رفع الإنتاج.

كما يؤثر على المؤسسة من خلال ما يستهلكه من سلع وخدمات، فالثقافة الاستهلاكية لدى الإنسان تؤثر بصفة مباشرة على المؤسسة، وهذه الأخيرة إذا فكرت في توسيع نشاطها فإن ذلك يعني إمكانية توظيف عدد إضافي من العمال.

ج - الاستغلال العقلاني للمواد الأولية:

لقد أصبحت هذه العملية مهمة للغاية في الاقتصاديات المعاصرة، وتتوقف على مدى مهارة مسيري المؤسسات الاقتصادية.

حيث أن الاستغلال العقلاني والمحكم لهذه المواد عن طريق تسيير علمي للمخزون، سيكون له الأثر الإيجابي في تمويل المؤسسة بما تحتاجه في الوقت المناسب.

¹ حاج صدوق بن شرقي، مرجع سبق ذكره، ص 78.

2 - أثر المؤسسة على المحيط:

إن تواجد المؤسسة الاقتصادية في المحيط يجعل منها عنصرا يؤثر في ذلك المحيط ويتأثر به، ويتفاعل مع مكوناته، وذلك عن طريق ما تطرحه لهذا المجتمع من سلع وخدمات، ومن بين الآثار التي تمارسها المؤسسة على محيطها نجد:¹

أ - مناصب العمل:

حيث تعتبر البطالة من أهم المشاكل الاقتصادية التي تعاني منها المجتمعات، وخاصة المتخلفة منها، وفي هذا الصدد تعمل المؤسسات الاقتصادية حسب قدراتها على توفير مناصب عمل، وبالتالي تقليص مستوى البطالة، والعكس هنا صحيح، إذ أن إفلاس المؤسسات وتصفيتها أو عجزها جزئيا أو كليا سيؤثر على مستوى البطالة، حيث أن تسريح العمال يزيد من عدد البطالين، وبالتالي تزداد هذه الظاهرة تعقيدا أكثر.

كما أن تقليص المؤسسة لعدد البطالين في المجتمع يعني ارتفاع استهلاك السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة، وذلك بارتفاع كتلة الأجور التي تغير من طريقة معيشة السكان، فتصبح أكثر استهلاكاً، مما يزيد من مبيعات المؤسسة.

ب - التأثير الاقتصادي:

تعتبر المؤسسة نواة أي اقتصاد، إذ يعتبر إنشاء المؤسسات عنصرا فعالا في تحريك عجلة الاقتصاد ككل، وذلك بإنشاء مجتمعات سكانية حولها ومنشآت خدمية وغير ذلك، ومن جهة أخرى فهي تساهم في عملية التكامل الاقتصادي للمجتمع، وذلك عن طريق التبادل الناتج عن تبادل السلع بين مؤسسات المجتمع، إذ تستعمل بعض المؤسسات منتجات نصف مصنعة لمؤسسات أخرى للحصول على منتجاتها النهائية، كما أن ظهور مؤسسات في جهات معينة من نفس البلد، يؤدي إلى انفصال السكان عن نمط حياتهم السابقة، فتفرض المؤسسات عليهم نظم معينة، والتغيير في العادات والتقاليد..... مما سبق يتضح لنا حجم التداخل بين المؤسسة والمحيط من خلال الأثر المتبادل بينهما وسعي المؤسسة لأن تكون في تواصل دائم ومستمر مع المحيط والمتغيرات التي تحدث فيه، حتى تواكبها وتلبي بالتالي حاجات المجتمع المتزايدة، وتبقى لنفسها مكانة مرموقة في السوق.

¹العربي دخموش، محاضرات في اقتصاد المؤسسة، مطابع جامعة منتوري، قسنطينة، 2001، ص14.

المبحث الثاني: الأهداف الاقتصادية للمؤسسة وسيرورة تحقيقها

إن المؤسسة الاقتصادية تعتبر الأداة الأساسية في إحداث تنمية وتقدم أي اقتصاد، وذلك لما لها من أهمية بالغة في النهوض بالاقتصاد والعمل على تنميته لذلك وجب عليها تعبئة كل طاقاتها البشرية والمادية من أجل تحقيق الأهداف المنشودة.

حيث يسعى أصحاب المؤسسات الاقتصادية من وراء إنشائها لتحقيق جملة من الأهداف، حيث سيتم التركيز في هذا المبحث على الأهداف الاقتصادية كونها حجر الأساس لتحقيق باقي الأهداف.

المطلب الأول: الأهداف الاقتصادية للمؤسسة

إن مجال الأعمال كان ولا يزال تسوده ركائز اقتصادية بحثه تقوم أساسا على تحقيق الأهداف الاقتصادية بالدرجة الأولى بغض النظر عن أي اعتبارات أخرى، حيث يرتبط عمل المؤسسة الاقتصادية بتحقيق جملة من الأهداف ذات الطابع الاقتصادي والتي يمكن تلخيصها فيمايلي:

أولاً: تحقيق الأرباح وتعظيمها

1 - تحقيق الأرباح: ويعتبر الهدف الأساسي من بين أهداف المؤسسة الاقتصادية، إذ تسعى هذه الأخيرة إلى ضمان تحقيق الأرباح للاعتماد عليها في استمرار نشاطها، وزيادة نموها وتطور أعمالها، كما يعتبر تحقيق الربح المبرر الأساسي لوجود المؤسسة لأنه يسمح لها بتعزيز طاقتها التمويلية الذاتية التي تستعملها في توسيع قدراتها الإنتاجية وتطويرها، أو على الأقل الحفاظ عليها وبالتالي الصمود أمام منافسة المؤسسات الأخرى، والاستمرار في الوجود.¹

2-تعظيم الأرباح:

يتم تحقيق الربح من خلال المعادلة التالية:²

$$\text{الربح} = \text{الإيرادات} - \text{التكاليف}$$

$$\text{حيث أن: الإيراد} = \text{الكمية المباعة} \times \text{السعر}$$

وعليه يمكن تعظيم الربح من خلال اتخاذ مجموعة من القرارات والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

❖ زيادة السعر مع ثبات التكلفة.

❖ زيادة السعر مع زيادة التكلفة ويشترط هنا أن تكون نسبة الزيادة في التكاليف أقل من نسبة الزيادة

في السعر.

¹ناصر دادي، مرجع سبق ذكره، ص17.18.

² كساب علي، محاضرات مقياس تسيير المخزون، جامعة ، السنة الجامعية 2001،2000.

❖ تخفيض السعر مع ثبات التكلفة.

❖ تخفيض السعر مع تخفيض التكلفة: ويشترط هنا أن تكون نسبة التخفيض في التكاليف أكبر إلى حد معين من نسبة تخفيض السعر.

ثانيا: عملية الإنتاج:¹

ونقصد به الاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج، ورفع إنتاجيتها من خلال التخطيط المحكم والدقيق للإنتاج والتوزيع، وذلك بهدف تفادي الوقوع في المشاكل الاقتصادية والمالية والإفلاس في آخر المطاف نتيجة لسوء استعمال عوامل الإنتاج.

وفي هذا الصدد يمكن للمؤسسة الاقتصادية رفع إنتاجيتها من خلال ما يلي:²

❖ **زيادة المخرجات من نفس المدخلات:** وذلك من خلال تقليل الفاقد والضائع والتالف من المنتجات، وزيادة كمية المنتج من نفس كميات المدخلات.

❖ **تقليل المدخلات الإنتاج نفس كمية المخرجات:** ويتطلب ذلك تطويرا في أداء العمل سواء باستخدام تكنولوجيا أحسن أو تطوير مهارات الأفراد، بالتدريب مثلا.

❖ **زيادة المخرجات وتقليل المدخلات معا:** كأن تستخدم المؤسسة معدات حديثة تقلل من نسبة التالف في الإنتاج، وفي نفس الوقت تكون هذه المعدات أوفر في استهلاكها للوقود.

❖ **تحسين إنتاجية الموارد الرأسمالية:** حيث تتصف الموارد الرأسمالية بارتفاع تكلفتها، وبناء عليه فإن الاهتمام بها يؤدي إلى تحسين إنتاجيتها وبالتالي تحقيق أرباح كبيرة للمؤسسة.

❖ **تحسين إنتاجية الموارد البشرية:** وذلك لأن أداء الفرد هو المحدد الحقيقي للإنتاجية، حيث أنه من خلال أدائه للعمل، وأسلوب استخدامه للآلة فإنه يؤثر سلبا أو إيجابا على الإنتاجية، كما أنه يستطيع أن يعوض بمهاراته قدم الآلة وضعف إنتاجيتها.

لذلك يجب على المؤسسة أن تحرص على تحسين إنتاجية القوى البشرية بها، بهدف

تحقيق الأرباح.³

¹ناصر دادي، مرجع سبق ذكره، ص18.

²كاسر نصر المنصور، إدارة العمليات الإنتاجية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009، ص37-38.

³أحمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقات الإنتاجية في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص87.

ثالثا: تغطية المتطلبات التي يحتاجها المجتمع

وهو الهدف المرتبط بدور المؤسسة في إنتاج وبيع منتجاتها، مما يساهم في تغطية الطلبات المجتمعية، وهذا يكون من خلال تحقيق كامل عناصر الإنتاج لتلبية الحاجات المتزايدة ويجب أن يحقق الإنتاج ما يلي:¹

- ❖ مستوى عالي من المرونة.
- ❖ أن يتم الإنتاج في وقته المحدد دون تقديم أو تأخير.
- ❖ أن يتم تسليمه لطالبيه في الوقت المحدد.

رابعا: تعظيم القيمة السوقية للسهم

حيث أن كل المؤسسات تحتاج إلى تحديث أو تغيير الآلات والمعدات وتوسيع طاقتها الإنتاجية، التخزينية والتوزيعية والمالية، ويلزمها أموال لتحقيق ذلك سواء من خلال الاحتياطي، الاقتراض أو إصدار الأسهم.

وكما كانت الصورة المالية للمؤسسة جيدة يزداد الطلب على الأوراق المالية بها وهو ما يؤدي إلى ارتفاع القيمة السوقية لهذه الأوراق.

حيث أن تعظيم القيمة السوقية للأوراق المالية هو هدف استراتيجي يسمح للمؤسسة بالنمو والاستمرارية.²

خامسا: إيجاد مركز تنافسي جيد في السوق

بحيث يعكس المركز التنافسي الجيد، قدرة المؤسسة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين.

ولكي تصل المؤسسة إلى مركز تنافسي جيد في السوق يجب أن تنافس غيرها من المؤسسات في أبعاد المنافسة والمتمثلة فيما يلي:

السعر المناسب، النوعية المناسبة، الكمية المناسبة، الوقت المناسب، وطريقة الدفع المناسبة.³

¹ عمار زيتوني، مصادر تمويل المؤسسات مع دراسة للتمويل البنكي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 09، مارس 2006، ص 43.

² كمال رزيق، فارس مسدور، تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، 2003، ص 202.

³ المرجع نفسه، ص 205.

ويمكن القول بأن الميزة التنافسية تؤدي إلى تحسين الأداء التنافسي للمؤسسة إذا توفرت على الشروط التالية:¹

- ❖ أن تؤدي الميزة التنافسية إلى تحقيق منافع كثيرة.
- ❖ أن تكون مستمرة ومتواصلة نسبيا.
- ❖ أن يكون أثرها ملموسا وملحوظا.

المطلب الثاني: المدخل التنظيمي لتحقيق الأهداف الاقتصادية بالمؤسسة

إن تحقيق الأهداف الاقتصادية بالمؤسسة هو جهد مخطط يعبر عن جودة إدارة المؤسسة، ومدى قدرتها على الوصول إلى الأهداف المسطرة، لذلك يجب التركيز على الجانب التنظيمي الذي يتناسب مع تحقيق الأهداف الاقتصادية والمتمثل فيما يلي:²

أولاً: تحديد الأهداف

وهو ما يعرف أيضا بصياغة الأهداف، ونقصد هنا الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، والتي تم التطرق لها في المطلب السابق، وهي عموما النتائج النهائية التي ترغب المؤسسة في تحقيقها من خلال النشاطات التي تمارسها والعمليات التي تقوم بها. ويتم تحديد الأهداف كما يلي:³

- ✓ إعداد الأهداف على أفضل وجه بواسطة الفريق أو الأطراف المعنية بتحقيق الأهداف.
- ✓ إثارة الأفكار سواء بشكل رسمي أو غير رسمي اتجاه النتائج النهائية المراد تحقيقها.
- ✓ بالنسبة لكل نتيجة يتم إثارة الأفكار المتعلقة بمؤشرات النجاح وهذه المؤشرات تعتبر مقاييس تستخدم لإظهار مقدار ما تم تحقيقه من إنجاز للهدف النهائي.
- ✓ الاتفاق مع جميع الأطراف التي لها مصلحة مثل لجنة التوجيه والمديرين ذوي الصلة بتحقيق النتائج النهائية ومؤشرات النجاح.
- ✓ وضع الأهداف في مكان بارز ومرئي، وذلك حتى يتسنى القيام بالمقارنة المستمرة للتقدم المحقق معها.

¹ نبيل محمد المرسي، استراتيجيات، الإدارة العليا، (إعداد، تنفيذ، مراجعة)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص 97.

² علي السلمي، إدارة الإنتاجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، د. ن، ص 92.

³ عبد الرحمن توفيق، الجودة الشاملة، إصدارات باميك، القاهرة، مصر، 2003، ص 339.

ثانياً: التخطيط

" هو جمع موارد وإمكانيات المشروع، وتوجيهها نحو الاستخدام الأحسن بما يعود على المشروع من نفع في ظل تحقيق أهدافه"¹.

حيث يعتبر التخطيط الوظيفية الإدارية الأولى التي تعتمد عليها، الوظائف الإدارية الأخرى، والذي يعني الاختيار من بين عدة بدائل، وإجراءات العمل سواء على مستوى المنظمة أو الإدارات أو الأقسام التي تنتهي إليها.

ويتم كذلك من خلال عملية التخطيط تحديد العلاقات بين الأهداف وبعضها البعض، بغرض معرفة درجة الترابط بينهما، لأن ذلك من شأنه أن يساهم في سرعة الإنجاز في الأهداف المرتبطة ببعضها، وكذلك منع التداخل والتضارب بين الأهداف.

ثالثاً: التنظيم

هو تجميع لعناصر الإنتاج قصد إنتاج سلع أو خدمات، تقليدية أو جديدة، أو خلق مشروعات جديدة، ويتم ذلك باستخدام فنون إنتاجية حديثة، ويكون الهدف من ذلك هو تحقيق أقصى ربح ممكن، مع احتمالات المخاطرة في تحقيق أرباح أو خسائر².

وللتنظيم أهمية كبيرة في السير الحسن لتحقيق الأرباح ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- ✓ جعل كل عضو من أعضاء التنظيم يعرف ما هي مجموعة الأنشطة التي سيقوم بأدائها، ومن ثم يمكن التركيز على الوفاء بما هو مطلوب منه.
- ✓ إن التنظيم السليم يساعد في تحديد علاقات العمل بالمؤسسة، فكل عضو من أعضاء التنظيم يعرف مكانه وعلاقاته التنظيمية برؤسائه.
- ✓ يساهم التنظيم في التوحيد الشامل لجهود وتصرفات الجماعة وتوجيهها نحو الهدف المشترك كما يساهم في تحقيق أفضل استخدام للطاقات البشرية والمادية.³
- ✓ من خلال التنظيم الفعال يمكن تجنب مشكلات متعددة مثل لازدواج في العمل، وعدم القدرة على اتخاذ القرارات.

¹ محمد عبد الفتاح الصحن، محمد السيد سرايا، الرقابة والمراجعة الداخلية على المستوى الكلي والجزئي، الدار الجامعية، بيروت، 2003، ص 32.

² زينب حسين عوض الله، سوزي عدلي ناشد، مبادئ الاقتصاد الساسي، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، ط1، 2005، ص369.

³ عبد السلام أبو قحف، أساسيات التنظيم والإدارة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2003، ص، ص 346.345.

✓ عند وجود التنظيم الجيد. فان كل عضو تكون له السلطة الضرورية للقيام بعمله.

رابعاً: الرقابة

تطبق الرقابة على جميع المستويات التنظيمية، حيث تتم مقارنة النتيجة مع ما خطط له مسبقاً لمعرفة كفاءة المؤسسة، وتعني الرقابة قياس نشاط معين، ومقارنته بالأهداف المحددة سلفاً لمعرفة ما إذا كانت على اتفاق أو على تعارض¹.

وتكمن أهمية الرقابة في كونها إحدى الوظائف الأساسية للتسيير، إذ بواسطتها يمكن التحقق من مدى تنفيذ الأهداف المسطرة للمؤسسة، فهي وظيفة مراجعة لإصلاح الأخطاء الموجودة في المؤسسة، وهي وظيفة مطلوبة في جميع مستويات الإدارة. وازدادت أهميتها حديثاً لانتساع نطاق الإدارة، وتعدد وتضخم أجهزتها نتيجة لارتباطها الوثيق بالتخطيط والتنظيم والتنسيق وإصدار الأوامر.

خامساً: التقييم

التقييم هو التقرير الشخصي الواعي عن مدى كفاءة وفعالية، واقتصادية السياسات والإجراءات التي تدير عليها المؤسسة، وما لديها من تسهيلات وأفراد، قصد ترشيد الأداء وتطويره، ويقتضي التقييم تجميع البيانات والمعلومات، وتقتضي الحقائق الاستعانة بآراء المسؤولين، وإقتراحاتهم مع تقييم هذه الآراء، والإقتراحات.²

ويهدف تقييم الأداء إلى تحقيق المزايا الآتية:³

- ✓ اختيار العاملين المؤهلين للترقية، أي بقدر التفاني والعمل بقدر المكافآت والعلاوات.
- ✓ تفادي المحسوبية عن طريق توحيد الأسس التي تتم عليها الترقية أو زيادة الأجور، وتوحيد الأسس التي يتم على أساسها الفصل أو توقيع الجزاءات.
- ✓ تنمية المنافسة بين الأفراد، وتشجيعهم على بذل مجهود أكبر حتى يستفيدوا من فرص الترقية المفتوحة أمامهم.
- ✓ تشجيع المنافسة بين الأقسام المختلفة.

¹ CLAUDE ALZARD.SABIN SEPARAI.CONTROL DE GESTION .DUNOD .5 EDITION PARIS.2001.p15.

² عبد العزيز صالح حبتور، أصول ومبادئ الإدارة العلمية، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، عمان، الأردن، 2001، ص، ص 172.171.

³ محمد سعيد سلطان، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص294.

✓ تسهيل تخطيط القوى العاملة عن طريق معرفة العاملين الذين يمكن أن يندرجوا في مناصب أعلى في المستقبل.

✓ مساعدة المشرفين المباشرين على تفهم العاملين تحت إشرافهم وتحسين الاتصال بهم.

سادسا: القيادة والتوجيه

تعتبر القيادة والتوجيه أداة مهمة لفعالية الإدارة لذا تسعى المؤسسات دائما إلى توفير أكفا القادة لضمان نجاحها واستمرارها وهي العملية التي يقوم من خلالها شخص ما بالتوجيه أو الإرشاد أو التأثير في الأفكار، ومشاعر وسلوك الآخرين، بهدف السيطرة عليها من أجل تحقيق هدف أو غاية¹.
وتتميز القدرة على القيادة بمجموعة من الخصائص نذكر منها:²

❖ **الطاقة الجسمانية والعقلية:** حتى يتمكن القائد من مزاوله مهمته يجب أن تتوفر فيه الطاقة الجسمانية والعقلية، وذلك لأن القادة يعملون لساعات طويلة، وفي أوقات غير منتظمة، وفي ظروف ليست سهلة.

❖ **المهارات السياسية والإدارية:** يقصد بالأولى قدرة القائد على رؤية التنظيم الذي يقوده، وسياسته وربطه مع أهداف وسياسة النظام القائم، أي التوفيق بين الاتجاهات والضغوط الموجودة في المجتمع، وبين نشاطات التنظيم.

بينما المهارات الإدارية تعني قدرة القائد على فهم عمله، وتحقيق التوازن بين أهداف التنظيم، وإشباع حاجات ورغبات التابعين له.
كما تتميز القيادة أيضا بما يلي:³

❖ **الدافع الشخصي:** يجب أن تأتي الرغبة في القيادة من داخل الشخص نفسه، حيث أنه بإمكان القوى الخارجية أن تشجع هذه الرغبة.

❖ **المهارة في الاتصال:** يسمح اتصاف القائد بهذه الصفة بنقل المعلومات والإقناع والتشجيع، بالإضافة إلى أنه يمكن أن يتعرف على الجماعة وحاجاتها عن طريق وسائل الاتصال.

¹ رمضان محمد القذافي، العلوم السلوكية في مجال الإدارة والإنتاج، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ط1، 1997، ص 293.

² رجب عبد الحميد السيد، دور القيادة في اتخاذ القرارات خلال الازمات، مطبعة الايمان، ص 08.

³ جميل احمد توفيق، إدارة الاعمال مدخل وظيفي، الدار الجامعية، بيروت، لبنان، 2000، ص 372.

المطلب الثالث: قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الاقتصادية:

تهدف جميع المؤسسات إلى تحقيق أهدافها ضمن الخطط التي تضعها، بحيث تخلق توازناً بين رغبتها في تحقيق هذه الأهداف، وبين قدرة الأشخاص العاملين فيها، وكذا الموارد المتاحة لديها. وفي هذا الصدد تهدف إدارة أي مؤسسة إلى تفاعل جهود الأفراد والجماعات بها بأقصى درجة من الكفاءة والفعالية لتحقيق الأهداف المرجوة.

أولاً: الفعالية في المؤسسة

يعد موضوع الفعالية من بين المواضيع التي حازت على اهتمام كبار المفكرين والباحثين في مجال التسيير، وخاصة في جانب تطوير المؤسسات وضمان نموها واستمراريتها. وفي هذا السياق وردت العديد من التعاريف للفاعلية في المؤسسة، نذكر من بينها: **التعريف الأول:** " الفعالية هي النطاق الذي يمكن المؤسسة كنظام اجتماعي من الحصول على الموارد اللازمة والوسائل المؤكدة والمناسبة من أجل تحقيق أهدافها ".¹

التعريف الثاني: الفعالية تعني تحقيق الهدف والوصول إلى النتائج والتي تم تحديدها مسبقاً.²

التعريف الثالث: هي القدرة على تحقيق نتائج مستهدفة، وتتأثر بمدى النجاح في اختيار واستخدام المدخلات دون إهدار أو إسراف، أي القدرة على تحقيق الأهداف وفق معايير محددة سلفاً.³ من التعاريف السابقة يمكن تعريف الفعالية بأنها صحة التنظيم وقدرته على التفاعل مع العوامل والقوى المؤثرة في بيئته، والاستفادة من طاقات أفرادها لتحقيق أهدافه النهائية المتمثلة في استمرار بقائه وتطوره ورضا بيئته عما ينتجه من سلع أو خدمات.

ومن خلال التعاريف السابقة نجد أن مفهوم الفعالية يرتبط بعدد من العناصر منها:⁴

- ❖ قدرة المؤسسة على تحديد أهدافها بدقة.
- ❖ قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف المحددة سلفاً.
- ❖ قدرة المؤسسة على الحصول على المدخلات الأساسية والضرورية من بيئتها الخارجية لتعزيز بقائها وتأدية مهامها على أكمل وجه.
- ❖ قدرة المؤسسة على إدراك ووعي تفاعل عملياتها وسلوكها، وتفاعل أنظمتها بعضها مع بعض

¹ احمد ماهر، الإدارة (المبادئ والمهارات)، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2004، ص 23.

² محمد قاسم القريوتي، نظرية المنظمة والتنظيم، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط2، 2001، ص 247.

³ المرجع نفسه، ص 248.

⁴ JMES.THE EFFECTIVE MANGER.MA NGEREMENT EDUCATION. SATRWASHING.1997.P16

❖ قدرة المؤسسة على تلبية حاجات المستفيدين منها، وأصحاب المصالح، وكسب رضاهم وتأييدهم

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الاتجاه الأكثر شيوعاً قد ربط مباشرة تحقيق الفعالية بمدى تحقيق المؤسسة لأهدافها المسطرة، هذه الأخيرة قد تتعارض مع بعضها البعض، كما أن كثير منها قد يتحول مع مرور الوقت وخصوصاً على المدى القصير، وعليه تكمن حقيقة الفعالية في قدرة المنظمة على تحديد أهدافها بدقة وعقلانية وكذا قدرتها على تحقيق هاته الأهداف.

ثانياً: الكفاءة في تحقيق الأهداف

إذا كانت الفعالية تعني تحقيق الأهداف المسطرة مسبقاً فإن الكفاءة تشير أساساً إلى البعد الاقتصادي في طريقة تحقيق الأهداف، وإلى نسبة المخرجات إلى المدخلات، بحيث تكون التكلفة منخفضة مقارنة مع عوائد المخرجات.¹

وقد وردت العديد من التعاريف للكفاءة، نذكر منها:²

❖ **التعريف الأول:** تعرف الكفاءة على أنها الاستخدام الأمثل للموارد الإنتاجية المتاحة للمؤسسة، وترتبط بالدرجة الأولى بعنصر التكلفة والعلاقة بين المدخلات والمخرجات.

❖ **التعريف الثاني:** تعرف على أنها استعداد وطاقة المؤسسة في الاستغلال الأفضل للموارد المتاحة لها، ويمكن التعبير عنها بالإنتاجية.

❖ **التعريف الثالث:** تعني الكفاءة القدرة على تحقيق الأهداف المحددة في زمن محدد مع مراعاة جودة المخرجات.³

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تقديم تعريف شامل للكفاءة بأنها تشير إلى استخدام الموارد والمتمثلة في: الأفراد، المواد، الأموال، المباني، الأراضي، الآلات..... الخ بهدف تحقيق الأهداف المسطرة في زمن محدد، وهي تتحقق عندما يكون هناك تخطيط وتنظيم وإدارة للوقت ومراقبة ومتابعة. من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نستخلص ما يلي.

¹ محمد قاسم القريونتي، مرجع سبق ذكره، ص 83.

² أحمد ماهر، مرجع سبق ذكره، ص 22.

³ ريتشارد، هال، المنظمات (هياكلها، عملياتها، مخرجاتها)، ترجمة سعيد بن حمد الهاجري وإبراهيم بن عبد الله المنيف،

السعودية، معهد الإدارة العامة، 2001، ص 571.

❖ الكفاءة هي صورة من صور العمل بدون وجود تبذير في الموارد مهما كانت طبيعتها: مادية، بشرية، مالية،الخ.

❖ يتم تقييم الكفاءة عادة بواسطة تكاليف الإنتاج والأرباح.

❖ تعتبر الكفاءة في غالب الأحيان مرادفة للإنتاجية وتظهر في شكل قياس داخلي لدرجة تحقيق الأهداف المسطرة لفترة زمنية معينة.¹

ثالثا: تحليل العلاقة بين الكفاءة والفعالية: يمكننا تحليل العلاقة بينهما كالاتي:

من خلال ما تقدم حول تعريفي الكفاءة والفعالية نجد أن الكفاءة ترتبط بمستوى ودرجة استخدام الموارد، أما الفعالية فترتبط بالنتائج المترتبة على استخدام هذه الموارد.

ومن هنا تتضح العلاقة الارتباطية بين المفهومين، فالفعالية أعم وأشمل من الكفاءة، والتنظيم لن يكون فعالا إلا إذا كان كفوًا لأن الكفاءة شرط لازم للفعالية.²

ولكن يمكن أن يكون التنظيم كفوًا وليس فعالا، وذلك عندما يتم استغلال الموارد ولكن لغير الهدف المطلوب.³

كذلك يمكن ملاحظة التباعد في بعض الأحيان بين البحث عن الفعالية والبحث عن الكفاءة، أي أن البحث عن الفعالية يكون على حساب البحث عن الكفاءة، والعكس صحيح.⁴

ويوضح الشكل التالي طبيعة العلاقة بين مفهومي الكفاءة والفعالية.

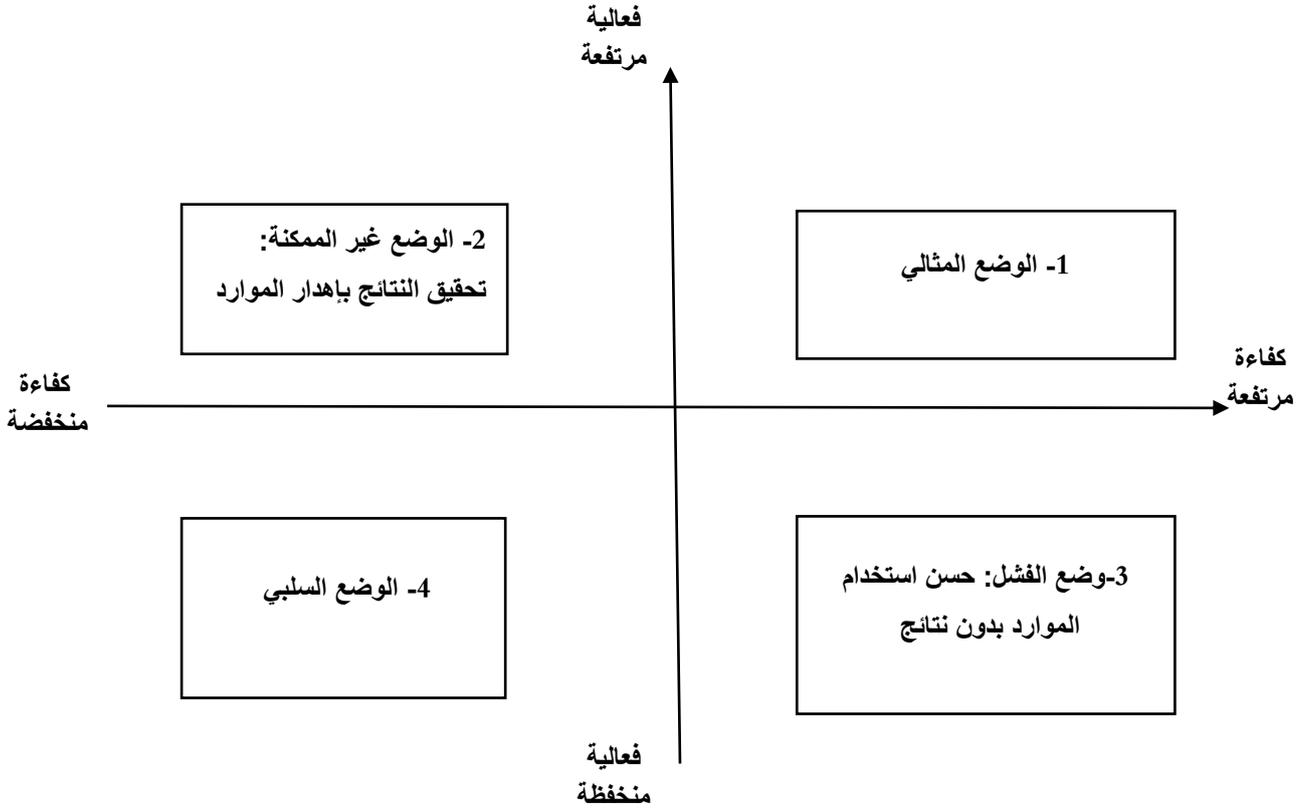
¹ حنفي عبد الغفار، أساسيات إدارة المنظمات، مصر، المكتب العربي الحديث، د. ن، ص 27.

² أحمد ماهر، مرجع سبق ذكره، ص 25.

³ حسين حريم، إدارة المنظمات (منظور كلي)، عمان، دار الحامد، 2003، ص 94.

⁴ المرجع نفسه، ص 95.

الشكل رقم (6) العلاقة بين الكفاءة والفاعلية



المصدر: أحمد ماهر، الإدارة (المبادئ والمهارات)، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2004، ص28.

ويتضح من خلال هذا الشكل أن هناك أربع حالات لعلاقة الكفاءة بالفاعلية:

- (1) - **الوضعية المثالية:** بحيث تكون الكفاءة مرتفعة والفاعلية مرتفعة، وهذا هو الوضع النموذجي الذي ينبغي على المنظمة أن تسعى إلى تحقيقه.
 - (2) - **الوضعية غير الممكنة:** وفيه تكون الكفاءة منخفضة والفاعلية مرتفعة وهذا الأمر غير ممكن لأنه لا يمكن الوصول إلى الفعالية بدون كفاءة في استخدام الموارد.
 - (3) - **وضع الفشل:** وفيه تكون الكفاءة عالية، والفاعلية منخفضة، ويكون ذلك حينما يوجه استخدام الموارد لغير الهدف المطلوب.
 - (4) - **الوضعية السلبية:** وفيه تكون الكفاءة منخفضة، والفاعلية منخفضة، ويكون ذلك عندما لا تعمل المنظمة على استغلال الموارد بشكل جيد وبالتالي لا تحقق النتائج المطلوبة¹.
- من خلال ما سبق يمكننا أن نستخلص ما يلي:
- الفاعلية: هي To Do The Right Things أي أداء الأعمال الصحيحة.

¹ حنفي عبد الغفار، مرجع سبق ذكره، ص 31.

أما الكفاءة: هي Right To Do The Things أي أداء الأعمال بطريقة صحيحة.

* وبالتالي فإن الدمج بين الفعالية والكفاءة يعني أداء الأعمال الصحيحة بطريقة صحيحة.

* حيث ترتبط الفعالية بالمرجات والنتائج، وترتبط الكفاءة بالإدارة والموارد.

* بمعنى أن الكفاءة تزيد كلما كانت الموارد التي تم استعمالها أقل قياسا بالنتائج المحققة، أما الفعالية فتتحقق عند ما يكون هناك رؤيا واضحة للأهداف والاستراتيجيات المتبعة لتحقيقها.

لذلك عندما يكون هناك فعالية ولا توجد كفاءة فإن الأهداف لا تجد من يحققها بصورة صحيحة، وفي حالة عدم وجود فعالية ووجود كفاءة، فإن الأعمال بالمؤسسة تنجز ولكن بدون وضوح الأهداف.

وعليه يجب على المؤسسة أن تحرص على تحقيق الفعالية والكفاءة معا، لأنهما متلازمتان، فالإدارة بطبيعتها تهدف إلى حسن استخدام وتنسيق الموارد المتاحة من أجل تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة على أفضل نحو، والفعالية في أصلها تشير إلى ما يحدث الأثر الايجابي المنتظر، أي ما يحقق الهدف المرسوم، فإذا كان محور إدارة المؤسسة يدور حول كيفية تحديد الأهداف الاقتصادية للمؤسسة وتحقيقها، فإن الفعالية والكفاءة هما صفة ما يحقق هذه الأهداف.

المبحث الثالث: التوأمة بين الأهداف الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة من خلال خلق القيمة المشتركة:

تنشأ المؤسسة الاقتصادية عادة بهدف تعظيم الربح، وزيادة الأداء الاقتصادي من أجل ضمان بقائها واستمراريتها، إلا أن هذا ليس بالأمر السهل في ظل الضغوط والتطورات الحاصلة في المحيط الداخلي والخارجي على حد سواء، ولهذا أصبحت المسؤولية الاجتماعية من القضايا الأكثر أهمية بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية، حيث لم يعد تقييم هذه الأخيرة يعتمد على ربحيتها فحسب بل وحتى الالتزام بمسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.

ففي ظل بروز العديد من المشاكل الاجتماعية من جهة وانخفاض أرباح المؤسسات من جهة أخرى تظهر مدى الحاجة للتوجه نحو نموذج جديد للأعمال يسمح بتحقيق أرباح أكبر مع نمو أسرع، وفي نفس الوقت معالجة المشاكل الاجتماعية وتحسين صحة وحيوية المجتمعات، وتقديمها بشكل أفضل.

المطلب الأول: تنفيذ المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة:

من أجل تنفيذ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، لا يكفي مجرد التعبير عنها، أو الإبلاغ عن الالتزام بها من طرف المؤسسة، بل يجب أن تتم من خلال ممارسات فعلية تتطلب التجديد، والتغيير، والتنسيق بين برامج المسؤولية الاجتماعية، والسياسة العامة للمؤسسة، فيصبح الهدف الذي تسعى إليه هذه الأخيرة أبعد من مجرد تحقيق الأرباح، بل تلجأ للممارسات المسؤولة اجتماعياً، دون أن تهمل متطلبات مختلف أصحاب المصالح من موظفين، مساهمين، زبائن..... الخ.

وحتى يتم تنفيذ المسؤولية الاجتماعية، تتخذ المؤسسة مجموعة من الإجراءات وتطبق عددا من الآليات لتحقيق ذلك.

أولاً: إجراءات تنفيذ المسؤولية الاجتماعية

تتمثل هذه الإجراءات في الآتي:¹

- تكوين لجان من قبل مجلس الإدارة، معنية بالأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية بغية عرض الخطط الاستراتيجية.
- تعمل هذه اللجان على تقييم التطور، وتوفير التوجيه بشأن المسائل التي تنشأ في مجال الممارسات الاجتماعية.

¹نوال ضيافي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010، ص، ص120، 119.

- إلتزام المؤسسة بما تمثله وما تصرح به من القيام بمسؤوليات وممارسات وبين آدائها الفعلي والطريقة الأمثل لتحقيق ذلك، من خلال وضع هيكل إداري ينسق بين الالتمات في مجال المسؤولية الاجتماعية وبين مهمتها، حجمها، نشاطها وثقافتها، وكذا التحديات التي تواجهها عند القيام بعملية التخطيط على المدى الطويل.
- إدماج أنشطة المسؤولية الاجتماعية ضمن الأنشطة العامة للمؤسسة والسهر على متابعتها من قبل مسؤول إداري معين.
- تعميم أساليب المسؤولية الاجتماعية لتشمل جميع مستويات التنظيم وليس المستوى الإداري فقط، من خلال تناول القضايا المتصلة بتوصيف الوظائف، الترقية، المكافآت، وأهداف الأداء بمشاركة جهود أفراد المؤسسة لتصبح مسؤولة اجتماعيا.
- تشكيل فرق عمل لإدارة مشروع دمج المسؤولية الاجتماعية في قلب إدارة منظمة الأعمال، مع أهمية إشراك كل العاملين في عملية التنفيذ.
- تحويل برامج المسؤولية الاجتماعية إلى خطط وظيفية وتنفيذية قابلة للقياس والتنظيم.
- تخصيص ميزانية مستقلة لبرامج المسؤولية الاجتماعية، وإعطائها الاستقلالية لدعم برامجها مع فصل هذه الميزانية عن الميزانية الأساسية لكي لا تتأثر بعوامل الربح والخسارة.¹

ثانيا: آليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة

من المهم جدا أن يشتمل النظام الإداري الخاص بالمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة على إطار منظم يتم مراقبته باستمرار ومراجعته بانتظام مع توفير التوجيه الفعال لإدارة المؤسسة كرد واستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية.

ويعتمد تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة على أربعة مراحل وتتمثل في:²

1- مرحلة التخطيط:

ويقصد به تأسيس عملية تخطيط مستمرة، تبني على الاحتياجات الفعلية للمجتمع، والتي قامت المؤسسة بإجرائها مسبقا، مع تحديد سياسة المؤسسة وتوجهاتها المتعلقة بتبني النهج المؤسسي للمسؤولية الاجتماعية مع ضرورة وضع معايير أداء داخلية خاصة بها.

¹ مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، أطروحة دكتوراه، تحقيق علوم التسيير، 2014، جامعة وهران، ص 150. ص 141.

² نوال ضيافي، مرجع سبق ذكره، ص 126.

وتتضمن عملية التخطيط، وضع برامج لتحقيق أهداف المؤسسة، ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية، يتناول هذا البرنامج الأدوار، والمسؤوليات العمليات، الموارد، الأطر الزمنية، الأولويات، الإجراءات اللازمة لتحقيق الأهداف ومؤشرات قياس الأداء، التي تمكن المؤسسة من المتابعة والتقييم لمستوى تحقيق الأهداف.

-2مرحلة التطبيق:

ويقصد به تحديد الأهداف الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، وصياغة الخطط والبرامج، من أجل تحقيقها وتنفيذها، من خلال بناء وتطوير هياكل إدارية ذات علاقة مباشرة بتنفيذ خطط المسؤولية الاجتماعية، وكذلك تحديد الأدوار والمسؤوليات، مع تفويض الصلاحيات وتوفير الموارد، وتدريب الموظفين لضمان رفع الوعي.

وفي هذا السياق ينبغي تصميم الخطط التنفيذية للمسؤولية الاجتماعية، بشكل يضمن التداخل المنظم مع أنظمة المؤسسة الأخرى، بحيث تتماشى وتندمج بشكل فعال مع أنظمة الإدارة القائمة، حيث يساعد المؤسسة على تحقيق التوازن وإيجاد الحلول للتدخلات المحتملة داخليا، على صعيد عمليات المؤسسة، وخارجيا على صعيد الاتصال، وأولوية تنفيذ النشاطات.

3 - مرحلة التحقيق:

يعتمد الأداء الفعال الخاص بالمسؤولية الاجتماعية على المراقبة الدقيقة، التقييم، مراجعة الأنشطة التي يتم القيام بها، التقدم المسجل، تحقيق الأهداف المحددة، الموارد المستخدمة وغيرها من الجهود التي تبذلها المؤسسة.

وتستهدف عملية المراقبة المستمرة أو ملاحظة الأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية بشكل أساسي ما يلي:

- التأكد من تنفيذ الأنشطة كما هو مقرر، وذلك من خلال تحديد مؤشرات الأداء والتي تختلف من مؤسسة لأخرى.
- تحديد الجهة المسؤولة عن عملية القياس.
- رفع التقارير الدورية المتعلقة بنتائج القياس لكافة المعنيين.¹
- ضرورة تدوين التوصيات المتعلقة بتعليل الانحرافات.

¹مي عصام الطاهر، المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2010،

<http://WWW.ALGHAD.COM/INDEX.PHO/ARTICLE/406885.HTML> (2018/02/24)

- كما ينبغي على المؤسسات بالإضافة إلى مراجعة الأنشطة الموجودة أن تكون على وعي بالتغيرات أو التوقعات والتطورات القانونية أو التشريعية، التي تؤثر في المسؤولية الاجتماعية والفرص الجديدة لتعزيز جهودها بشأن كل ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.¹

4 - التحسين المستمر:

ينبغي على المؤسسة بناء على المراجعات الدورية، ونتائج التدقيق والقياس أن تأخذ في اعتبارها الطرق التي يمكن من خلالها تحسين أدائها فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.

كما يجب استخدام نتائج هذه المراجعات للمساعدة في تحقيق تحسين متواصل في المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وإعادة توزيع الأنشطة على مستوى الخطط التشغيلية، حيث يمكن أن تتضمن هذه التحسينات تعديل الأهداف لتتماشى مع الظروف المتغيرة أو أن تطمح للمزيد من الانجازات.

كما يمكن توسيع نطاق الأنشطة والبرامج المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية أو أن الإمداد بموارد إضافية أو مختلفة للأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية محل اهتمام ودراسة، وأن تتضمن عمليات التحسين أيضا برامج وأنشطة الاستفادة من الفرص المتاحة حديثا.²

المطلب الثاني: الأهمية المدركة لممارسات المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية

لا تقف المسؤولية الاجتماعية عند حد كونها إطارا عاما يجب أن تلتزم به المؤسسة، وإنما من المهم أن ينعكس هذا الإطار على مستوى باقي المستويات الإدارية من خلال وضع آليات وأساليب عمل مسؤولة أخلاقيا على مستوى كل وظيفة ونشاط إداري في المؤسسة. ومن ثم الوقوف على أهم الامتيازات التي ستحظى بها من وراء ذلك.

أولا: ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

ويمكن تلخيصها في الآتي:

1- أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة الإنتاج والعمليات: ويكون ذلك من خلال

ما يلي³:

¹مي عصام الطاهر، المسؤولية الاجتماعية للشركات، الموقع السابق.

² PHILPPE DE WOOT. RESPORABILITE SOCIAL DE L'ENTREPRISE FAUT IL ENCHAINER PROMETHE. EDITION PARIS. FRANCE. 2005. P 75

³مقدم وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص 150.

• مراعاة طبيعة المواد الأولية المستخدمة وصلاحيتها، وأمن وسلامة المستهلكين وتصميم المنتج بما يرتقي بالذوق العام وينسجم مع البيئة ولا يؤدي لأي أضرار بها، كما يجب مراعاة أن الموقع لا يوجد بمكان مكتظ بالسكان.

- سلامة العاملين، وسهولة حركتهم، وتوفير الأمن والنظافة في أماكن العمل.
- معالجة مخلفات الإنتاج وتوفير الصيانة.

2- أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى إدارة الموارد البشرية: ويكون ذلك ب:¹

- الاعتماد على الأسس القانونية في الإعلان عن الوظائف وفي إجرائها وفي تقييم نتائجها.
- الموثوقية في الإجراءات المعتمدة في عمليات التعبئة والاستقطاب.
- تأمين حقوق المتقدمين للوظائف، من خلال مبدأي الشفافية، والنزاهة كما يجب أن تكون عملية الاستقطاب نابعة أصلاً من حاجة حقيقية للمورد البشري.
- تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للمتقدمين للوظائف، والحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بهم، والرد عليهم.
- اعتماد أساليب التقييم الموضوعية والدقيقة والابتعاد عن التحيز.
- متابعة وتوثيق أداء العاملين وتشخيص جوانب التميز والتدني.
- تطوير أساليب وتقنيات العمل وتعميم استعمال النظم الالكترونية، والعمل على تطبيق معايير الجودة والتميز على مستوى إدارة الأفراد.
- تهيئة بيئة العمل وتشجيع الأفراد على تنمية واستغلال مهارتهم، ولا بد من تنفيذ برامج الموارد البشرية بطريقة تراعي فيها تحقيق التوازن بين حاجات الأفراد وأهداف المؤسسة.
- إقامة دورات تكوينية لتحسين مستوى أدائهم.
- تحقيق العدالة في الأجور والمكافآت.
- توفير متطلبات الصحة والسلامة المهنية والالتزام بالتشريعات الخاصة بها، مع توفير جو مناسب للعمل.
- تكوين بيئة تشجع فيها ثقافة الإبداع والابتكار، مع ربطها بالتحفيز المادي والمعنوي.
- معاملة الأفراد على أنهم مصدر لتحقيق ميزة تنافسية باعتبارهم أصولاً وعوامل للتغيير.

¹مقدم وهيبة، مرجع سبق ذكره ، ص، ص 153.154.

3- أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى إدارة المشتريات والتخزين:

من أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى إدارة المشتريات والتخزين ما يلي:¹

- الإشراف على تنفيذ خطة المشتريات طبقا لسياسات وأنظمة المنظمة.
- توفير الاحتياجات من مستلزمات الإنتاج بالكفاءة المطلوبة.
- التفاوض على السعر، الضمانات، شروط السداد، وتحقيق الربح في المؤسسة من خلال تخفيض نفقات الشراء والتخزين.
- تشمل وظيفة التخزين عمليات حفظ المواد والحفاظ عليها بأماكنها في المخازن وترقيمها، وحمايتها، والرقابة عليها وجردها مع توفير ظروف التخزين المناسبة.
- تقييم الأداء الاجتماعي للموردين والتعامل فقط مع الذين يراعون المسؤولية الاجتماعية ومبادئ التنمية المستدامة.
- نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين في قسم المشتريات والمخازن مع الحفاظ على حقوقهم.
- المشاركة في تحقيق الأهداف الاجتماعية كحماية المستهلك.
- استعمال المواد التي لا تضر بالبيئة، وتقلل من هدر الموارد الطبيعية.
- التصرف بكفاءة فيها يتعلق بالفضلات وتلويث البيئة.
- الحرص على اقتناء التكنولوجيات النظيفة التي لا تضر بالبيئة.
- محاولة الحصول على المواصفة العالمية للجودة ISO.

4- أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى العلاقات العامة بالمؤسسة.

تمثل العلاقات العامة، علاقات المنظمة مع الجهات الخارجية حولها، رسمية كانت أو غير رسمية، بهدف تحقيق تناسق وانسجام بين المنظمة وبين هذه الجهات، تقوم بها المنظمة بغرض الفوز بثقة مستخدميها وثقة الجمهور عموما.

وفي هذا الإطار تقوم فلسفة العلاقات العامة على أهمية قيام الإدارة الفعالة بتحقيق مسؤولياتها الاجتماعية كما تهتم بالربحية الاقتصادية، فإن استطاعت الإدارة أن تؤمن المنفعة والفائدة لجميع أطراف

¹ Politique d'approvisionnement responsable du développement économique
commentaire ,11/04/2018.www.pesomtel.com

المصالح فإنها تكون قد أوفت بالتزاماتها، ولها أن تتوقع أطيب النتائج.¹
كما أن تحقيق اهتمامات المجتمع يوفر لها الأمن ويهيئ لها المناخ للقيام بوظيفتها وتحقيق أهدافها، ومن ثم استمرارها.

5- أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى المزيج التسويقي: من بين أهم هذه الممارسات نجد ما يلي:²

- الموازنة بين حق المنظمة في تحقيق هامش ربح مناسب وبين القدرة الشرائية للمستهلكين.
- تخصيص نسبة مئوية من سعر السلعة لدعم المراكز الصحية أو الاجتماعية مثل دور الأيتام والمستشفيات، أو لحماية البيئة.
- مراعاة جوانب الصحة، والسلامة والأمان.
- توفير المعلومات للمستهلك بما يساعده على اتخاذ القرار السليم للشراء.
- الجودة في المنتجات والخدمات المقدمة.
- التأكد من سلامة وأمن المنتجات.
- توفير المنتج أو الخدمة في المكان والزمان المناسبين.
- اختيار الوسطاء بعناية بحيث يكونون من ذوي الخبرة والنزاهة، والتزامهم بعدم الاحتكار، وعدم رفع الأسعار وعدم تلاعبهم بالأوزان.
- لا يجب أن يهدف الإعلان إلى تشجيع الاستهلاك غير الضروري ويجب أن يكون صادقا غير مظلل، ويتضمن البيانات الضرورية عن المنتج.

ثانيا: أهمية دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية بتحقيق الأهداف الاقتصادية بالنسبة للمؤسسة

معظم الدراسات المهمة بموضوع المسؤولية الاجتماعية تؤكد بأن انتهاج المؤسسة الاقتصادية لممارسات المسؤولية الاجتماعية بإمكانه أن يمنح لها جملة من الامتيازات، والتي نذكر منها:³

¹ عبد المعطي محمد عساف، محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د رقم الطبعة، 2003، ص36.

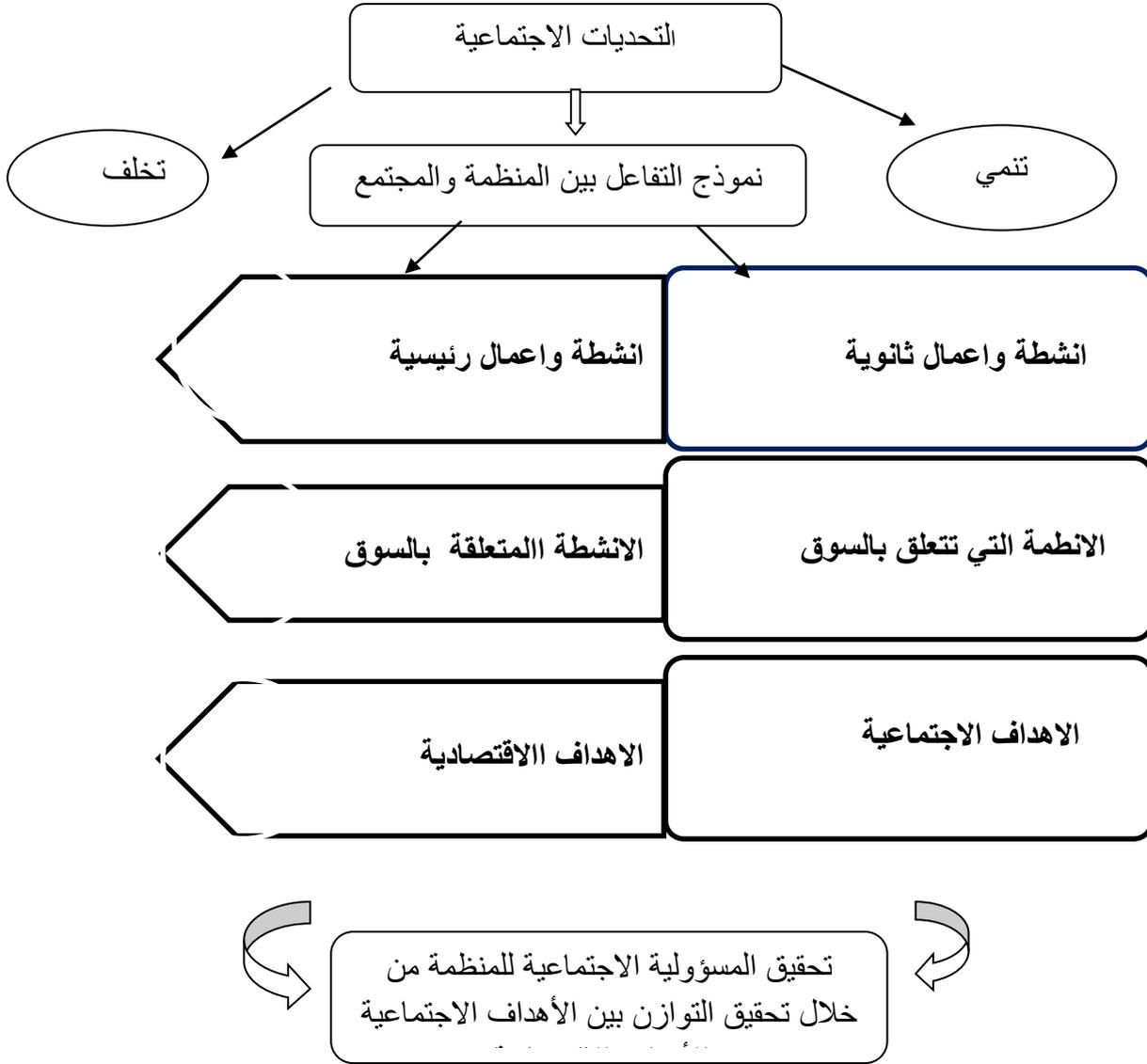
² محمد عبيدات، دور التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات، مؤتمر المسؤولية الاجتماعية، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، صنعاء 30/10/2008، ص 03.

³ العايب عبد الرحمن، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تغلي المؤسسات الاقتصادية بروح المواطنة، جامعة سطيف، العدد 11، ديسمبر، 2015، ص 458.

- ✓ تحقيق التوازن بين مصلحة المساهمين ومصالح الفئات الأخرى، وهذا بدوره يخلق نوعا من الإنصاف والعدالة، كما يخلق الرضا لدى أفراد المجتمع.
- ✓ إن المجتمع من خلال عناصره وفئاته المختلفة يعتبر صاحب الفضل الأول في نجاح المنظمة وتحقيقها للأرباح، فلا أقل من مراعاة عدالة الاهتمام بهذه العناصر والفئات ليستمر للمنظمة نجاحها، وتحافظ بذلك على تحقيق أهدافها.
- ✓ تحقيق الكفاءة الاقتصادية للمؤسسة، ولن يكون ذلك بمعزل عن التأثيرات الاجتماعية السائدة في المجتمع.
- ✓ تعظيم الأرباح في الأجل القصير، واستمرار هذه الأرباح في التطور بمعدلات مناسبة مما يسمح بتحسين سمعة المؤسسة في الأجل الطويل، وهذا بدوره يؤدي إلى توطيد العلاقات مع مختلف الأطراف.
- ✓ استفادة العمال من الأرباح التي تحققها المؤسسة، مما يحقق لهم الرقي والرفاهية باعتبارهم عنصرا من العناصر الرئيسية التي ساعدت في تحقيق هذه الأرباح.
- ✓ استمرار أصحاب المصالح الخارجيين في التعامل مع المؤسسة ذلك أنها توفر لهم الشعور بالأمن والأمان والسلامة، هذا الشعور الذي يتحقق من خلال إمداد هؤلاء بالمعلومات الصحيحة والدقيقة.
- من خلال ما سبق، فإن انتهاج المؤسسة الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية هو إحدى الوسائل التي تسمح لها بإعادة تحديد استراتيجيتها الطويلة المدى، وأن هذا الانتهاج يعتبر أيضا أحد الوسائل التي تحقق لها التميز عن غيرها ويحسن تنافسيتها.
- فالمسؤولية الاجتماعية هي أحد عناصر التمويع الاستراتيجي في الأجل المتوسط والقصير، إذا ما وفقت المؤسسة الاقتصادية في انتهاج أفضل السبل لتحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية وتبني الأدوار الاجتماعية، وهو ما يوضحه الشكل أدناه.¹

¹ العايب عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 459.

الشكل رقم (7): أهمية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية.



وفي هذا السياق اتسع دور المؤسسات الاقتصادية من مجرد تركيزها على الجانب الاقتصادي ليشمل جوانب التنمية الاجتماعية، حيث أدركت أن تحقيق ذلك مرتبط بما يعرف بخلق القيمة حيث ظهر مفهوم جديد لخلق القيمة من شأنه أن يعزز القيمة الاقتصادية للمؤسسة ويحقق المنفعة الاجتماعية في آن واحد.

هذا المفهوم هو ما يعرف بالقيمة المشتركة، وهو ما يتم التطرق له بإسهاب في المطلب الثالث.

المطلب الثالث: الإطار النظري لمفهوم القيمة المشتركة

هو مفهوم لنظام الأعمال طرحته لأول مرة مجلة جامعة هارفارد بيزنس ريفيو في مقالة بعنوان " الإستراتيجية والمجتمع " العلاقة بين الميزة التنافسية والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ، وبعدها توسعت بالمفهوم في يناير 2011 بمقال بعنوان " إيجاد القيم المشتركة، إعادة تعريف الرأسمالية، ودور المؤسسات في المجتمع " كتبه كل من مايكل بورتر الرائد في الاستراتيجيات التنافسية ومارك كرايمر:¹

أولاً: مفاهيم حول القيمة المشتركة

1- تعريف القيمة المشتركة:

يعرف " بورتر « Porter و" كرايمر Kramer " القيمة المشتركة على أنها:

السياسات والممارسات العلمية التي تعزز تنافسية المؤسسة، وتحسن في نفس الوقت في الشروط الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات التي تمارس فيها المؤسسة النشاط.²

وتعرف أيضا على أنها " عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال خلق قيمة اجتماعية، وهذا يمثل إحدى القوى الدافعة للإنتاجية، الإبداع والنمو، والطريقة الوحيدة لاسترجاع المؤسسة لشرعيتها في المجتمع، كما تمثل القيمة المشتركة عملية " إدماج القيمة الاقتصادية للمؤسسة مع المنفعة الاجتماعية جنبا لجنب عند اتخاذ المؤسسة لقرارات الاستثمار ".³

من خلال التعاريف السابقة نستخلص تعريف شامل للقيمة المشتركة والتي تعبر عن مفهوم لنموذج جديد الأعمال، أين يمكن للمؤسسات تحقيق القيمة الاقتصادية جنبا إلى جنب مع تحقيق القيمة الاجتماعية للمجتمعات.

¹<http://ar.wikipedia.org/wiki/%d8%a5%d9%8a%ac%d8%a7%d8%af>

² إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، نموذج مقترح: الملتقى الدولي الثالث عشر تحول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، يومي 14.15 نوفمبر 2016، ص 06.

³ Porter. M. ekarmer m 2011 greetingsharedvalue.harvared business revive p 6.

2- الفرق بين القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

عند التركيز على البعد الاجتماعي يصبح من الصعب الفصل بين مفهومين متشابهين إلى حد كبير مثل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والقيمة المشتركة، ولكن من الممكن توضيح الفروق الجوهرية بين المفهومين على النحو التالي:¹

- تركز المسؤولية الاجتماعية على مفاهيم المؤسسة المسؤولة اجتماعيا، كالأعمال الخيرية، الاستدامة وغيرها، ولكنها تمارس كمنشآت تسويقية ثانوية كنتيجة للضغوط الخارجية على المؤسسة، في حين تركز القيمة المشتركة على الثنائية (القيمة الاقتصادية، القيمة الاجتماعية)، وهي أساس التنافس في المؤسسة.
- تمثل القيمة المشتركة الأساس في استثمارات المؤسسة، وفي تحقيق الأرباح وهي مرتبطة بالمؤسسة ككل، في حين أن المسؤولية الاجتماعية لها أثر محدود في أرباح المؤسسة، كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزءا محددا في الميزانية.
- تسعى المسؤولية الاجتماعية إلى تقديم بعض التبرعات والأعمال الخيرية لمعالجة بعض المشاكل الاجتماعية، أما عملية خلق القيمة المشتركة فهي تعمل على إعادة تعريف دور المؤسسات باعتبارها قوة كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع.
- تعتمد المسؤولية الاجتماعية على المقاربة الدفاعية، لتحسين سمعتها وتغطية بعض الممارسات غير الأخلاقية، في حين أن نقطة البداية لخلق القيمة المشتركة هي استغلال المواد، المهارات والقدرات الإدارية، لتحسين البعد الاجتماعي.
- تتمحور فكرة خلق القيمة المشتركة حول فكرة مفادها، أن المؤسسات والأعمال التجارية يمكن أن يكون لها أكبر أثر إيجابي على حل المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع إذا ما تم علاجها بنموذج جديد للأعمال، وهذا ما يختلف تماما عن فكرة المسؤولية الاجتماعية.
- يركز مفهوم القيمة المشتركة حول عملية إيجاد الفرصة، وليس المقايضة فهي تتعلق بكيفية خلق اثر اجتماعي ايجابي لتحقيق مستويات أداء عالية، ولا تبحث عن حجم الأداء الاقتصادي الذي يجب أن يضحى به المستثمرون لخلق انطباع اجتماعي ايجابي.

¹ Rapport, " Creating shareholder value .the new standard for business performance", the free press, macMillan, 1998.

- لا يعبر مفهوم القيمة المشتركة عن الأعمال الاقتصادية أو الاجتماعية التي لا تهدف إلى تحقيق الربح بشكل مباشر أو غير مباشر، وإنما تعبر عن الأعمال التي فيها تحقيق الأرباح كمحفز أساسي للنمو وهذا على عكس المسؤولية الاجتماعية التي لا تهدف دائماً إلى تحقيق الربح.
- يكمن الفرق الأساسي في كون المسؤولية الاجتماعية تركز على القيام بأعمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة، في حين أن القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي في النشاطات المختلفة للمؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية.¹

3- أهمية خلق القيمة المشتركة في تحقيق المؤسسة لأهدافها الاقتصادية:

- يعكس الواقع أن خلق القيمة، والنتائج الملموسة ذات الطابع المادي يؤدي غالباً إلى إهمال حقوق أصحاب المصالح، والذين لهم علاقات منطقية مع المؤسسة، ومع ما تقوم به من نشاطات من أجل ذلك وجب على المؤسسة أن تهتم بهم أكثر من اهتمامها بالمنطق المالي والاقتصادي فيكون الهدف هو خلق قيمة مشتركة متمثلة في النتائج غير المادية التي يمكن أن تترجم إلى منافع مادية مريحة للمؤسسة، ومن المهام التي تعمل على خلق القيمة المشتركة نذكر:²
- خلق الرابطة الاجتماعية بين المؤسسة، وأصحاب المصالح من خلال وضع نظام قيمي ينسجم مع نظام القيم لدى المؤسسة.
 - توضيح الهدف من وراء العمل، وتجنيد العمال من خلال تحديد هوية موحدة للمؤسسة.
 - توحيد الرؤيا بين المؤسسة، وبين مختلف أصحاب المصالح لتوجيه جهودهم وطموحاتهم نحو تحقيق أهداف المؤسسة.
 - كما أن خلق القيمة المشتركة يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة من خلال ما يلي:³
 - تلعب القيمة المشتركة دوراً هاماً في تطوير ميزة تنافسية ذات بعد أخلاقي يزيد من مشروعية المؤسسة.
 - تعمل القيمة المشتركة على خلق التوازن في العلاقة بين المؤسسة والعاملين بها.

¹ بن حيمود يوسف، مرجع سبق ذكره ص 104.

² هاشمي عباس، الدور المحوري لتسيير الموارد البشرية في خلق القيم لجميع الأطراف، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثالث، جوان 2008، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 120.

³ العايب عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 456.

- يحرص مفهوم القيمة المشتركة على توثيق الصلة بين المؤسسة والعملاء بفضل الاحترام المتبادل بينهما.
- الثمار التي تجنيها المؤسسة من خلال التزامها الاجتماعي والأخلاقي تجاه المساهمين.
- إن خلق القيمة المشتركة يجعل المؤسسة تلتزم أخلاقيا تجاه الموردين وذلك لأن العلاقة بينهما هي علاقة مصالح متبادلة، لذلك وجب على المؤسسة احترام تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة، لتضمن ولاءهم واستمرار العلاقة بينهما.
- تساهم جهود القيمة المشتركة في تبصر المدراء بالاحتياجات البشرية التي يتطلب تلبيتها، والأسواق الكبيرة التي يتعين دخولها، وتعزيز الميزة التنافسية لمعالجتها.
- تساهم القيمة المشتركة في إعادة بناء الاقتصاد وتطوير العلاقة بين المؤسسة والمجتمع، حيث يمكن أن يساهم نمو الابتكار والإنتاجية الذي تخلقه القيمة المشتركة في زيادة مساهمة المؤسسة في النشاط الاقتصادي ككل.¹

ثانيا: سيرورة خلق القيمة المشتركة

قام بورتر Porter باقتراح ثلاثة عناصر أساسية لخلق القيمة المشتركة وتتمثل فيما يلي:²

1- إعادة تصور المنتج والسوق:

وهنا يتم تلبية الحاجيات الاجتماعية غير المشبعة بإعادة تصور المنتج والسوق، وتكييف المنتج لتلبية حاجيات السوق الجديد والمتمثل في المجتمعات بمعنى تكييف منتجات المؤسسة على حسب حاجيات المجتمع، بحيث يساهم المنتج المقدم في تلبية حاجة اجتماعية أو تكون له القدرة على حل بعض مشاكل المجتمع، من أجل خلق القيمة المشتركة حيث نجد العديد من المؤسسات اتبعت خيار إعادة تصور المنتج والسوق مثل مؤسسات صناعة الأغذية التي انتقلت من التركيز على الذوق والجودة إلى التركيز على التغذية السليمة والصحية.

2- إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة:

يتطلب الأمر هنا وجوب إعادة النظر في طريقة استغلال سلسلة القيمة سواء على مستوى عمليات النقل، قنوات التوزيع، أو الخدمات المكملة، كما يعاد تصميم النظام اللوجستي لخفض مسافات

¹العايب عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 456.

²إسحاق خرشي، مرجع سبق ذكره، ص 08.

النقل وتبسيط عمليات المناولة ويؤثر الاستخدام الأمثل للمواد باستخدام التكنولوجيا الحديثة على كل الأجزاء المكونة لسلسلة القيمة، وينتقل هذا الأثر حتى إلى الموردين والموزعين.

تمثل الإنتاجية مكون رئيسي ضمن سلسلة القيمة، وفي هذا الإطار، قامت العديد من المؤسسات بخفض تكلفة الموظف أو العامل من خلال خفض تكاليف الرعاية الصحية، وعلى عكس المتوقع اتضح أن الأيام التي يغيب فيها العامل تعمل على خفض إنتاجية، وتكلف المؤسسة أكثر من المنافع المحققة من خفض تكاليف الرعاية الصحية، لذا تعمل المؤسسات اليوم على رفع إنتاجية موظفيها من خلال توفير معظم الاحتياجات المهنية والاجتماعية.

3- بناء العناقد الصناعية:

لا يمكن للمؤسسات أن تعمل في معزل عن محيطها، فهي تتأثر بالمؤسسات الناشطة في الصناعة، والبنى التحتية المساعدة كالعناقد الصناعية الموجودة، والتركيز الصناعي للمؤسسات، والهياكل اللوجستية، والنشاطات المرتبطة وغير ذلك وقد حظيت التجمعات الصناعية أو العناقد الصناعية في السنوات الأخيرة، بقبول متزايد لدى واضعي السياسات التنموية في مختلف دول العالم، وحسب بورتر "Porter" فإن العناقد الصناعية هي: " ظاهرة اقتصادية يتم وضعها في سياق التنافس بين العديد من المؤسسات التي تتنافس وتتعاون في نفس الوقت للحصول على مزايا اقتصادية مختلفة ".¹

تبرز العناقد الصناعية في معظم الاقتصاديات، وتلعب دورا حاسما في رفع الإنتاجية، الإبداع، وتنافسية المؤسسات؛ فمثلا: يفرض انخفاض المستوى التعليمي تكلفة تدريب إضافية، كذلك ضعف قطاع النقل يرفع التكلفة اللوجستية، كما تؤثر مستويات الفقر على الطلب حول المنتجات والخدمات.

وعليه فإن عملية خلق القيمة المشتركة تتطلب بناء العناقد الصناعية المساعدة على تحسين إنتاجية المؤسسة.²

ثالثا: نموذج خلق القيمة المشتركة وأثره في تحقيق القيمة الاقتصادية والاجتماعية

1- نموذج خلق القيمة المشتركة: تتعلق القيمة المشتركة بخلق قيمة اقتصادية وفي نفس الوقت قيمة

اجتماعية، أي أن الاستثمار في تنافسية المؤسسة في المدى الطويل مرتبط بالقدرة على تحقيق القيمة الاجتماعية وهو الهدف من خلق القيمة المشتركة،¹ كما نلاحظه في الشكل أدناه:

¹شوقي جباري، حمزة العوادي، قراءات في التجارب الدولية الرائدة لاستراتيجية العناقد الصناعية، تجربة ايطاليا الثالثة ووادي السيلكون، نموذجين، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسيات الاقتصادية، العدد 03، 2012، ص 37.

²إسحاق خرشي، مرجع سبق ذكره، ص 15.

الشكل 8 نموذج خلق القيمة المشتركة		
خلق القيمة المشتركة الاستثمار في المال الاجتماعي	خلق القيمة المشتركة الاستثمار في تنافسية المؤسسة في المدى الطويل ، وفي نفس الوقت تحقيق الاهداف الاجتماعية	خلق القيمة المشتركة الاستثمار في تنافسية المؤسسة في المدى المتوسط و الطويل

المصدر: إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد للأعمال المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، لخلق القيمة والمنفعة الاجتماعية. ص 09.

كما نرى في الشكل رقم (8) فإن خلق القيمة المشتركة يهدف إلى حل المشاكل الاجتماعية والتي تسمح بتحسين تنافسية المؤسسة في المدى المتوسط والطويل، وهذا ما يسمح بتحقيق مفهوم القيمة المشتركة لأن الأعمال الاجتماعية المرتبطة بتحقيق الربح هي أساس استثمارات المؤسسة، بالإضافة إلى أن تنافسية المؤسسة مرتبطة بشكل وثيق بصحة وحيوية المجتمع لذا تعمل هذه المؤسسات على إدماج الأهداف الاجتماعية في استراتيجيات الأعمال لتعود بالفائدة على كل من المجتمع وتنافسية المؤسسة في الأجل المتوسط والطويل، وهذا على عكس المقاربة التقليدية التي ترى وجود تناقض عند محاولة الربط بين الأعمال الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية على اعتبار أن مراعاة المؤسسة للبعد الاجتماعي يمثل تكلفة اقتصادية تخفض من الأرباح.¹

2- أثر مستويات خلق القيمة المشتركة في تحقيق القيمة الاقتصادية والاجتماعية:

يمكن توضيح مدى مساهمة مستويات عملية خلق القيمة المشتركة في تحقيق القيمة الاقتصادية للمؤسسة مع القيمة الاجتماعية للمجتمع كما تظهر في الجدول رقم (2)

¹ Geneviève Roy-Lemieux, «la création de valeur partagée », master 2 professionnel en gestion d'entreprise et Affaire internationales, université de paris 1 panthéon Sorbonne, 2013, p36.

الجدول رقم (2) أثر مستويات عملية خلق القيمة المشتركة.

مستوى خلق القيمة المشتركة	النتيجة الاقتصادية المحققة	النتيجة الاجتماعية المحققة
إعادة تصور المنتج والسوق: كيف يسمح استهداف الحاجيات غير المشبعة بزيادة الإيرادات والأرباح الصافية.	زيادة الإنتاجية. زيادة الحصة السوقية. زيادة معدل النمو. تحسين الربحية.	تحسين الرعاية الصحية للمرضى. خفض انبعاث الكربون. تحسين التغذية. تحسين التعليم.
إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة: كيف يتم إدارة العمليات الداخلية بشكل أفضل لرفع الإنتاجية وتقليل المخاطر.	تحسين الإنتاجية. خفض التكاليف اللوجستية والتشغيلية تأمين الإمدادات. تحسين الجودة. تحسين الربحية.	خفض استخدام الطاقة. خفض استخدام المياه. خفض استخدام مواد الخام. تحسين مهارات مهنية. تحسين دخل العاملين.
دعم نمو العناقد المساعدة: كيف يساهم تحسين الظروف الاجتماعية خارج المؤسسة بتحقيق النمو والإنتاجية للمؤسسة	انخفاض التكاليف. تأمين الإمدادات. تحسين هيكل قنوات التوزيع. تحسين الربحية.	تحسين التعليم. زيادة فرص العمل. تحسين المستوى الصحي. تحسين الدخل.

المصدر: إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، نموذج مقترح: الملتقى الدولي الثالث عشر تحول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، يومي 14.15 نوفمبر 2016، ص 06.

من خلال ما سبق نستخلص بأن مفهوم القيمة المشتركة والذي يتجسد من خلال إدماج الأهداف الاجتماعية في استراتيجيات الأعمال يعود بالفائدة على كل من المجتمع وتنافسية المؤسسة، وهو الأمر الذي يقود هذه الأخيرة إلى تحقيق أهدافها الاقتصادية، والمنفعة الاجتماعية جنبا إلى جنب إذ أن اقتناع المؤسسة بمبادرات المسؤولية الاجتماعية، يتطلب ترجمته إلى فعل ليتماشى مع المبادرات الإستراتيجية وتعززها داخل المؤسسة.

إذ يقول "مايكل بورتر" و"مارك كرامر" تتجاوز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كثيرا، التكلفة أو القيد، أو العمل الخيري، إنها يمكن أن تكون مصدرا للفرصة، والابتكار، والميزة التنافسية¹ إذا من الممكن أن تتجاوز مبادرات المسؤولية الاجتماعية العائدات المنتظرة من الالتزام بها، وتقلل من نفقات المؤسسة التي تتبناها عندما تجعل العالم مكانا أفضل للعيش.

¹هاشمي عباسية، مرجع سبق ذكره، ص154.

خلاصة الفصل الثاني:

إن تطلعات المجتمع تجاه المؤسسة الاقتصادية في تطور مستمر، وعليه فإن المؤسسة مطالبة بأن تتصرف بصفاتها جزءاً لا يتجزأ من هذا المجتمع تتأثر به وتؤثر فيه، وكل ذلك لا يتأتى إلا من خلال تعميق وتأسيس، وترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، وتحفيز هذه الأخيرة على تبني برامج فعالة لخدمة المجتمع.

إن قيام المؤسسات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد كبير دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها ومشروعيتها، والمساهمة في إنجاح أهدافها وفق ما خطط له.

إن المسؤولية الاجتماعية لا تقتصر فقط على النواحي الخيرية، وإنما تتعداها إلى تحقيق الربحية، والاستدامة، وإيجاد جيل جديد يعي معنى المسؤولية الاجتماعية بجميع أبعادها، وفي هذا السياق ظهرت العديد من المفاهيم الحديثة التي تعمل على إحداث التوازن بين الممارسات المسؤولة أخلاقياً، وبين تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة وذلك من خلال خلق ما يعرف بالقيمة المشتركة.

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية

تمهيد:

نظرا لأهمية موضوع هذه الدراسة وإتساعها، وبعد الانتهاء من الجانب النظري لها، من خلال التطرق لممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، وعلاقتها بتحقيق الأهداف الاقتصادية، كان لا بد من ربط هذا الجانب (النظري) بجانب تطبيقاتها العملية (الجانب الميداني)، حيث سنحاول من خلال هذا المبحث ربط هذه المعارف النظرية بالواقع الذي يميز المؤسسات في الجزائر، وقد وقع اختيارنا على كل من: المؤسسة الوطنية للدهن **E.N.A.P** *وحدة سوق اهراس*، وشركة توزيع الكهرباء والغاز " قالمة ". حيث سنقوم بدراسة واقع التزام كل من المؤسستين بمعايير المسؤولية الاجتماعية، وعلاقته بتحقيق أهدافهما الاقتصادية، وذلك من خلال اختيار عينة من هتين المؤسستين، وجمع المعلومات والبيانات حولها عن طريق المقابلة، المعايشة، الملاحظة والإستبيان، ومن ثم تحليلها والتوصل إلى النتائج والمقترحات.

المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة

قبل البدء في الدراسة الميدانية لابد من تعريف القارئ بالمؤسستين محل الدراسة، إنطلاقاً من لمحة تاريخية عنهما والتحولت التي مرت بهما، إضافة إلى أهدافهما وأهميتهما في السوق المحلي والدولي.

المطلب الأول: نشأة وتطور المؤسسة الوطنية للدهن E.N.A.P

أولاً: النشأة¹

أنشئت المؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس E.N.A.P سنة 1977، وكانت تحت اسم وحدة إنتاج سوق أهراس U.P.S.A، وهو الإسم الاجتماعي والقانوني لهذه المؤسسة، تتربع على مساحة قدرها 120000 متر مربع، منها 26641 م² مشيدة عليها الأشغال.

تزرع الوحدة بخبرة مهنية تفوق 30 عاماً، تنتج أكثر من 43478 طن سنوياً، من مختلف المنتجات (دهن صناعي، دهن السيارات، غراء....)، بها 370 عاملاً موزعين كالاتي: 40 إطارات، 120 عامل مؤهل، 170 عمال تنفيذيين، 20 عمال مؤقتين، 20 عمال متربصين.

قرار إنشاء وحدة الإنتاج بسوق أهراس يدخل ضمن المخطط الرباعي 77/74 وتم الإنشاء عبر

الخطوات التالية:

- ماي-جوان 1974 كتابة دفتر الشروط.
 - جوان-جويلية الإعلان عن المناقصة (لتقديم العروض).
 - 22 نوفمبر 1974 فتح الأظرفة.
 - 24 جوان 1975 دراسة العروض والتحاور مع المناقصين ثم إمضاء العقود.
 - سنة 1977 بداية الأشغال.
 - أكتوبر 1984 بداية الاستغلال.
- تقع وحدة إنتاج سوق أهراس UPSA شمال مدينة سوق أهراس على بعد 5 كلم من وسط عاصمة الولاية ضمن المنطقة الصناعية المحاذية للطريق الوطني رقم 16 وتبعد بـ 2 كلم عن خط السكة الحديدية وبمسافة 100 كلم عن ميناء عنابة.

¹ مستخرج من سجل المؤسسة، ص 28.

ثانيا: مجالات وأهداف المؤسسة:¹

1- توصيف نشاط الإنتاج في المؤسسة الإنتاجية: تختص وحدة سوق أهراس في إنتاج:

- دهن البنائيات (Secteur Batiment)
- الدهن الصناعي (Secteur Industrie)
- دهن السيارات (Secteur Carroserie)
- البرنيق (Vernis)
- المخفف (Diluants)
- الغراء (Colles)
- الرتنج (Resines) وهو مادة نصف مصنعة تخصص لاستهلاك الوحدة لإنتاج منتجات أخرى أو تباع لمؤسسات أخرى تستعملها كمادة أولية لها.

تستعمل المؤسسة مواد أولية أساسية هي: المخضبات (les pigments) المجففات (les solvants) ومادة الرتنج (Resines) التي يكون بعضها محليا والبعض الآخر مستوردا من دول أجنبية بنسبة 60 % هي: ألمانيا (Kronos Helen)، فرنسا (Berg Bac)، هولندا (Perstop)، إيطاليا (Lonza)، بلجيكا (Venemare) وتستورد من دول عربية وهي مصر والأردن بنسبة 40%.

2-أهداف المؤسسة: في إطار السياسة العامة للشركة الوطنية للدهن، كونها رائدة في مجال نشاطها من جهة، وأنها تملك في حوزتها تجربة تفوق 30 سنة وقدرة إنتاجية بـ 15000 طن من الدهن، و 5000 طن من المواد النصف مصنعة (الراتنج، الدهن، المخففات.) من جهة أخرى، لهذه المؤسسة أبعاد وأهداف تعمل من أجل الوصول إليها وتحقيقها وذلك في إطار سياستها العامة، إذ أن المؤسسة الوطنية للدهن تعتبر الرائدة وطنيا في مجال إنتاج الدهون، ومن بين أهدافها الأساسية نذكر:

- تقوية مكانتها في السوق الوطنية، وذلك بتوزيع منتجاتها وتطوير جودتها في إطار التطورات العالمية والمقاييس الدولية لصناعة الدهن.
- تحقيق علاقة شراكة مع متعاملين اقتصاديين في ميدان الدهون.
- إطالة عمر المؤسسة (أو مدة حياتها) وذلك بتطوير صادراتها.
- تعزيز مكانتها الرائدة على مستوى السوق الجزائرية، وذلك عن طريق التنوع في منتجاتها وتطوير نوعية وتشكيلة منتجاتها النهائية تبعا للتقدم والتطور الدولي الذي تشهده صناعة الدهون.

¹ مصلحة الإنتاج، وحدة سوق اهراس.

أولاً: نشأة المؤسسة

أُنشئت "سونلغاز" (المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز) بموجب المرسوم التنفيذي رقم 59-69 المؤرخ في 28 جويلية 1969 الصادر بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية في 01 أوت 1969، والتي جاءت لتحل مكان " شركة الكهرباء وغاز الجزائر"، التي أسست في ظلّ التواجد الفرنسي في الجزائر ثم أمّمت بموجب القانون الفرنسي سنة 1947.

وقد حدد لها المرسوم مهمة رئيسية تتمثل في الإندماج بطريقة منسجمة في السياسة الطاقوية للبلاد، والعمل على تطوير استخدام الغاز الطبيعي والكهرباء في المجالات الصناعية، الحرفية والمنزلية. لقد نالت المؤسسة مكانة اقتصادية هامة بالنظر إلى إحتكارها لإنتاج ونقل وتوزيع واستيراد وتصدير الطاقة الكهربائية، مما تطلب منها العمل بجدّ في إنجاز وتسيير قنوات النقل وتركيب شبكة توزيع قوية. فمذ 1978، سطّرت سونلغاز إستراتيجية تهدف إلى تعميم الكهرباء عبر كامل التراب الوطني، والعمل على تطوير الاقتصاد الوطني وتحسين المستوى المعيشي في الجزائر، بناء على ما جاء في الميثاق الوطني لعام 1976، والذي نصّ على تعميم الكهرباء المنزلية على كامل التراب الوطني قبل نهاية الثمانينيات.¹

2- مهام سونلغاز:

سونلغاز لإنتاج الكهرباء تناط بها مهام تسيير، صيانة واستغلال مجموع محطات إنتاج الكهرباء التي تنتمي إلى مجمع سونلغاز، من أجل تلبية رغبات الزبائن، إذ عليها أن تقدم خدماتها في ظروف جيدة وبضمان أمن ونوعية وتكلفة الخدمة المقدمة.

ومن بين مهام هذه المؤسسة نذكر:²

- تأمين إنتاج، نقل، توزيع الطاقة الكهربائية التي تعدّ منتوجاً غير قابلاً للتخزين، حيث يتمّ إنتاجها مباشرة من محطات الإنتاج.
- نقل وتوزيع الغاز؛ فالغاز الطبيعي ينتج من طرف مؤسسة سوناطراك، ثم تتولى مؤسسة سونلغاز شرائه وإعادة تسويقه، وذلك بالمحافظة على شروط الجودة والأمن وبأقل الأسعار، وهذا في إطار مهمتها للخدمات العامة.
- تعريف وتقرير مناهج وسياسات الاستغلال.
- ضمان الوسائل والتجهيزات الملائمة وخدمة ذات نوعية جيدة.
- ضمان استغلال واستمرارية الخدمات بأحسن وأفضل التكاليف.

¹ وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

² المرجع نفسه.

- المساهمة في تخطيط وسائل الإنتاج.

كما أن شركة سونلغاز لإنتاج الكهرباء تتاطب بها مهام تسيير، صيانة واستغلال مجموع محطات إنتاج الكهرباء التي تنتمي إلى مجمع سونلغاز، من أجل تلبية رغبات الزبائن، فعليها أن تقدّم خدماتها في ظروف جيّدة وبضمان أمن ونوعية وتكلفة الخدمة المقدّمة، كما أن قوانينها الجديدة أيضا أعطت لها إمكانية توسيع نشاطها نحو مجالات أخرى للنهوض بقطاع الطاقة مقدّمة لفائدة المؤسسة في مجال الكهرباء والغاز إلى الخارج.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

تتطلب عملية تصميم الدراسة الميدانية توفر مجموعة من الوسائل اللازمة لذلك، كاستمارة البحث والأدوات المستعملة فيه، والبرنامج الذي يتم استخدامه لمعالجة وتحليل البيانات التي يتم جمعها إحصائياً، إضافة إلى أدوات التحليل الإحصائي والاستدلالي المستخدمة، وأخيراً قياس مدى ثبات وصدق المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة البحث.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

لا بد من تحديد المجتمع والعينة المأخوذة منه لتطبيق عليها الدراسة بغية الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها، لا سيما وأن البحوث الوصفية تسمح بتقدير خصائص المجتمع من خلال خصائص العينة المأخوذة منه.

أولاً: مجتمع الدراسة: حسب المقاربة الميدانية لهذه الدراسة فإن الموضوع يتعلق بمدى تبني المؤسستين محل الدراسة لمعايير المسؤولية الاجتماعية ومدى مساهمة ذلك في تحقيق الأهداف الاقتصادية، وذلك في كل من:

1- المؤسسة الوطنية للدهن *وحدة سوق اهراس: حيث يبلغ عدد العمال بالمؤسسة 370 عاملاً، منهم 40 يعملون في الإدارة، من المجموع الكلي للعاملين بالمؤسسة، حسب مصلحة الموارد البشرية، أما الفئات السوسيو مهنية في المؤسسة، فتضم أساساً ست فئات: فئة الإطارات العليا، فئة الإطارات، فئة العمال التنفيذيين، فئة أعوان التحكم، عمال مؤقتون ومتربصون موزعين كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (3): توزيع العاملين حسب الفئات السوسيو مهنية في المؤسسة

النسبة %	العدد الكلي	الفئات السوسيو مهنية
2.70	10	الإطارات العليا
8.10	30	إطارات
32.43	120	عمال متحكمين
45.94	170	عمال تنفيذيين
5.40	20	المؤقتون
5.40	20	المتربصون
100	370	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة

يلاحظ من الجدول رقم (3) أن المؤسسة تشغل ما نسبته 2.70 % من الإطارات السامية، و8.10% من الإطارات أي ما يعادل 30 إطار موزعين بين مهندسين وإطارات جامعية، و32.43% عمال تحكم، و45.94% عمال تنفيذيين، يتوزعون على مختلف مديريات ومصالح المؤسسة، وعمالا متربصين بنسبة 5.40 %، ونفس النسبة 5.40 % هم عمال متربصون.

3- المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز* قالمة* عدد العمال بالمؤسسة هو 433 عامل، منهم 88 عاملا من المجموع الكلي للعاملين بالمؤسسة يعملون في الإدارة، أما الفئات السوسيو مهنية في المؤسسة، فتضم أساسا أربع فئات: فئة الإطارات، فئة عمال المهارات العالية، فئة العمال التنفيذيين، فئة أعوان التحكم، موزعين كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (4): توزيع العاملين حسب الفئات السوسيو مهنية في سونلغاز

النسبة %	العدد الكلي	الفئة السوسيو مهنية
26.78	116	الإطارات
32.10	139	عمال المهارات العالية
10.85	47	عمال التحكم
30.25	131	عمال تنفيذيين
100	433	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

يلاحظ من الجدول رقم (4) أن المؤسسة تشغل ما نسبته 32.10 % من العمال ذوي المهارات العالية أي ما يعادل 139 إطارا، ونسبة 30.25 % من العمال التنفيذيين، وهو ما يعادل 131 عامل، و26.78 % هم إطارات موزعين بين مهندسين وإطارات جامعية، وعددهم 116 إطار، أما عمال التحكم فعددهم 47 عامل بنسبة 10.85% من المجموع الكلي للعمال بالمؤسسة.

ثانيا: عينة الدراسة

نظرا لصعوبة تغطية كل أفراد المجتمع بالدراسة، نتيجة إعراض بعض العمال عن الإجابة على أسئلة الاستمارة، وصعوبة مسح جميع مجتمع الدراسة، فقد تم الاقتصار على دراسة عينة تمثيلية للمجتمع. وذلك كما يلي:

1- المؤسسة الوطنية للدهن * وحدة سوق اهراس *: تم أخذ نسبة 8.1 % من إجمالي العاملين في مؤسسة الدهن والمقدر ب 370 عامل للحصول على 30 عامل في العينة، والجدول رقم (5) يوضح كيف يتوزع العاملون حسب الفئات السوسيو مهنية في كل من المجتمع والعينة.

الجدول رقم(5): توزيع عمال مؤسسة الدهن حسب الفئات السوسيو مهنية في المجتمع والعينة

النسبة %		العدد		الفئة السوسيو مهنية
العينة	المجتمع	العينة	المجتمع	
13.3	2.70	4	10	الإطارات العليا
50	8.10	15	30	إطارات
20	32.43	6	120	عمال متحكمين
6.67	45.94	2	170	عمال تنفيذيين
6.67	5.40	2	20	المؤقتون
3.33	5.40	1	20	المتربصون
100	100	30	370	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة.

يلاحظ من الجدول رقم (5) أن المؤسسة تضم 370 عامل منهم 10 ينتمون لفئة الإطارات العليا بنسبة 2.70% من المجتمع الكلي، شملت العينة أربعة منهم بنسبة 13.3% من العينة، و30 إطارا بما نسبته 8.10% من المجتمع، تم اختيار 15 منهم بطريقة عشوائية بنسبة 50% من العينة. أما عمال التحكم فعددهم الكلي 120 بنسبة 32.43% من المجتمع، شملت العينة 6 منهم بنسبة 20%، أما العمال التنفيذيين فعددهم الكلي 170 بنسبة 45.94% من المجتمع، شملت العينة اثنان منهم بنسبة 6.67%، و20 عاملا مؤقتا بما نسبته 5.40% شملت العينة عاملين بنسبة 6.67%، أما المتربصين فعددهم الإجمالي 20 بنسبة 5.40% من المجتمع، تضمنت العينة واحد منهم بنسبة 3.33%.

2- المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز*قائمة*: تم أخذ نسبة 5.77% من إجمالي العاملين في مؤسسة الدهن والمقدر ب 433 عامل للحصول على 25 عامل في العينة، والجدول رقم (6) يوضح كيف يتوزع العاملون حسب الفئات السوسيو مهنية في كل من المجتمع والعينة.

الجدول رقم (6) : توزيع عمال مؤسسة سونلغاز حسب الفئات السوسيو مهنية في المجتمع والعينة

النسبة		العدد		الفئة السوسيو مهنية
العينة	المجتمع	العينة	المجتمع	
40	26.78	10	116	الإطارات
28	32.10	7	139	عمال المهارات العالية
24	10.85	6	47	عمال التحكم
8	30.25	2	131	عمال تنفيذيين
100	100	25	433	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة

يلاحظ من الجدول رقم (6) أن المؤسسة تضم 433 عامل منهم 116 عامل ينتمون لفئة الإطارات بنسبة 26.78 % من المجتمع الكلي، شملت العينة 10 منهم بنسبة 40% من العينة، و139 هم عمال ذوي مهارات عالية بما نسبته 32.10 % من المجتمع، تم اختيار 7 منهم بطريقة عشوائية بنسبة 28 % من العينة. أما عمال التحكم فعددهم الكلي 47 عاملا بنسبة 10.85 % من المجتمع، شملت العينة 6 منهم بنسبة 24 % . أما العمال التنفيذيين فعددهم الكلي 131 عامل بنسبة 30.25 % من المجتمع، شملت العينة اثنان منهم بنسبة 8 % من حجم العينة.

وزعت استمارة الدراسة على عينة تتكون من 70 عاملا من مجموع العاملين الإداريين، والموزعين على أقسام كلا من المؤسستين، حيث تم استرجاع 70 استمارة، تم استبعاد 15 منها لعدم صلاحيتها للتحليل نتيجة عدم اكتمال إجاباتها أو تكرار الإجابات على نفس العبارة، فكانت عدد الاستمارات الصالحة للتحليل 55 استمارة بنسبة 78.57% من الاستمارات الموزعة.

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences)، والذي يعد من أهم النظم المتوفرة لتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

المطلب الثاني: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة

أولا: أداة الدراسة

بغرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة باستمارة أعدت خصيصا لتحقيق هدف الدراسة وهي من بين أدوات جمع المعلومات، وقد تم إعداد هذه الاستمارة بعدما تم تحديد أبعاد الموضوع ومكوناته، وإدراك أهمية المعلومات المطلوبة وعلاقتها بالموضوع، والتعرف على مجتمع الدراسة

وقد تم إعداد الاستمارة (انظر الملحق رقم 1) على النحو التالي:

-القسم الأول: خاص بالأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية وتضمن العناصر التالية: العمر، الجنس، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة، قطاع المؤسسة، واسم المؤسسة.

- القسم الثاني: شمل على محورين كما يلي:

○ المحور الأول: العبارات الخاصة بقياس مدى التزام المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، وتضمنت 31 عبارة ولقد تم تقسيم هذا المحور إلى خمسة أبعاد جزئية من أبعاد المسؤولية الاجتماعية وذلك بغرض قياس مدى التزام المؤسسات محل الدراسة بكل بعد على حدى وكانت هذه الأبعاد كمايلي:

✓ البعد الأول: المسؤولية تجاه المجتمع المحلي: وشمل على 8 عبارات.

✓ البعد الثاني: المسؤولية تجاه حماية البيئة: وتضمن 7 عبارات.

✓ البعد الثالث: المسؤولية تجاه أخلاقيات الأعمال: وقد شمل 5 عبارات.

✓ البعد الرابع: المسؤولية تجاه العمال: تتدرج ضمنه 6 عبارات.

✓ البعد الخامس: المسؤولية تجاه المستهلك: تضمن بدوره 5 عبارات.

○ المحور الثاني: العبارات التي تقيس مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية، وفيها 10 عبارات.

وكان مجموع العبارات المكونة للاستمارة 41 عبارة، تم إفراغها وفق مقياس ليكارث الخماسي

المعتمد إحصائياً، والذي يأخذ الدرجات التالية: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، غير موافق (درجتين)، غير موافق بشدة (درجة واحدة).

ولتحديد طول خلايا مقياس ليكارث الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى (5-1=4)،

ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (4÷5=0.80)، وبعد ذلك تم

إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس، وهي واحد صحيح)، وذلك لتحديد الحد الأعلى

لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي:

- من 1 إلى أقل من 1.80.

- من 1.80 إلى أقل من 2.60.

- من 2.60 إلى أقل من 3.40.

- من 3.40 إلى أقل من 4.20.

- من 4.20 إلى 5.

وقد تم وضع معيار الحكم على النتائج وفق مقياس ليكارت الخماسي كآلاتي:

- من 1 إلى أقل من 1.80؛ ويعني أنه إذا كان المتوسط الحسابي للعبارة بين القيمتين السابقتين فإن النتيجة تعني أن العينة غير موافقة بشدة.
- من 1.80 إلى أقل من 2.60: ويعني أنه إذا كان المتوسط الحسابي للعبارة بين القيمتين السابقتين فإن النتيجة تعني أن أفراد العينة غير موافقين.
- من 2.60 إلى أقل من 3.40: يعني أنه إذا كان المتوسط الحسابي للعبارة بين القيمتين السابقتين فأفراد العينة هنا محايدون.
- من 3.40 إلى أقل من 4.20: يعني أنه إذا كان المتوسط الحسابي للعبارة بين القيمتين السابقتين فأفراد العينة موافقين.
- من 4.20 إلى أقل من 5: يعني أنه إذا كان المتوسط الحسابي للعبارة بين القيمتين السابقتين فأفراد العينة موافقون بشدة.

وتم تحديد مستوى الدلالة الحرج بـ 0.05 (5%) الذي عنده تقبل أو ترفض الفرضيات الصفرية. حيث تقبل الفرضية الصفرية إذا كان مستوى الدلالة المحسوب في البرنامج أكبر من مستوى الدلالة الحرج، ولكن إذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب أقل من مستوى الدلالة الحرج ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة.

ثانياً: أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.
- حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لتحديد استجابات أفراد عينة الدراسة تجاه عبارات الدراسة.
- اختبار معامل الارتباط بيرسون لدراسة علاقة الارتباط بين محاور الدراسة.
- معامل ألفا كرونباخ: لقياس ثبات الاستبيان.
- اختبار كلموغروف سمرنوف: لاختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة.
- تحليل التباين الأحادي (One-Way Anova) لمعرفة الفروق بين آراء أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.
- اختباري شيفيه وتوكي وحيد البعد (LSD) لتحديد اتجاه الفروق في حالة وجودها.

- استخدام اختبار ستيودنت T-test لعينة واحدة لدراسة الفروق بين المتوسطات.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

قبل الشروع في عملية التحليل واستخلاص النتائج، يجب التأكد من مدى صدق وثبات العبارات التي تضمنتها الاستمارة، حتى تكون النتائج ذات مصداقية وأكثر واقعية.

أولاً: صدق أداة الدراسة

صدق الدراسة هو مدى قدرة أداة الدراسة على قياس ما أعدت لقياسه، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال ما يلي:

1- صدق المحكمين:

بعد بناء الاستمارة المستخدمة في هذه الدراسة، تم التأكد من صحة محتواها، وذلك من خلال عرضها بعد تطوير الشكل الأولي لها على عدد من المحكمين المختصين، للتأكد من تغطيتها لجوانب الموضوع الأساسية، ومن وضوحها وسلامة صياغتها، لتخدم الغرض الذي وضعت من أجله. ثم تم تعديل الأداة بناء على ملاحظاتهم، حيث تم حذف بعض العبارات، وتعديل البعض الآخر، وكذا إعادة صياغة بعض الفقرات، لتصبح أكثر وضوحاً لدى أفراد العينة، وبالتالي أكثر صدقاً في قياس موضوع الدراسة.

2- صدق الاتساق الداخلي:

إتساق عبارات الاستمارة وصدقها يقصد به مدى انسجام عبارات الاستمارة وملاءمتها لتفسير وقياس ما أعدت لقياسه، ومدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه.

ولمعرفة مدى اتساق عبارات الاستمارة وصدقها، تم حساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson Corrélation) بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وبالدرجة الكلية للاستمارة.

الجدول رقم (7): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية

الاجتماعية) بالدرجة الكلية للمجال

الاحتمال P	قيمة معامل الارتباط	رقم العبارة	الاحتمال P	قيمة معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.44	**0.44	تتجنب المؤسسة وضع تخفيضات وخصومات وهمية	**0.00	**0.50	تقوم المؤسسة بتقديم تبرعات عند حدوث الكوارث.
**0.00	**0.58	تتجنب المؤسسة الخداع والتضليل في إعلاناتها التجارية	**0.00	**0.64	تقوم المؤسسة بدعم حملات التوعية الصحية.
**0.00	**0.73	تلتزم المؤسسة بتطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة	**0.35	**0.12	تقوم المؤسسة بدعم النشاطات الرياضية
**0.00	**0.70	تعمل المؤسسة على تكريم وتحفيز العمال المتفوقين والمبدعين في العمل	**0.00	**0.59	تقوم المؤسسة بحملات لدعم ومساعدة الفقراء
**0.00	**0.60	تقوم مؤسستكم باحترام جميع العمال بدون تمييز	**0.00	**0.34	تقوم المؤسسة بتوظيف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة
**0.00	**0.47	توجد في مؤسستكم خطة سنوية لتدريب العمال	**0.00	**0.49	تقدم المؤسسة التبرعات والإعانات للجمعيات الخيرية ودور المسنين
**0.00	**0.64	تلتزم مؤسستكم بمبدأ تكافؤ الفرص بالنسبة لجميع العمال	**0.00	**0.50	تقوم المؤسسة باستقبال وتدريب طلاب الجامعات أثناء وبعد الدراسة
**0.00	**0.49	تهتم المؤسسة بتوفير الأمن الصناعي وأدوات تفادي حوادث العمل	**0.00	**0.36	تساهم المؤسسة في التخفيف من مشكلة البطالة من خلال توفير مناصب العمل
**0.00	**0.58	تسمح المؤسسة بوجود النقابات العمالية	**0.00	**0.62	تساهم المؤسسة في التقليل من التلوث البيئي
**0.00	**0.77	تعمل المؤسسة على الاهتمام بتحسين أجور العمال	**0.00	**0.48	تعتمد المؤسسة في نشاطاتها على تكنولوجيا غير ضارة بالبيئة
**0.01	**0.34	تحرص المؤسسة على تلقي الشكاوى التي يقدمها المستهلك عبر مختلف وسائل الاتصال	**0.00	**0.51	تستخدم المؤسسة مواد قابلة للتدوير
**0.00	**0.51	يحصل المستهلك على التعويض	**0.00	**0.59	تهتم المؤسسة بالنفقات الموجهة

		المناسب في حالة وجود عيوب			للبحث والتطوير في مجال البيئة
**0.00	**0.61	تراعي المؤسسة القدرات المالية للمستهلك عند تسعير المنتجات أو الخدمات	**0.00	**0.60	تعمل المؤسسة من أجل الحصول على المواصفة القياسية للبيئة
**0.00	**0.61	تحرص المؤسسة على الموازنة بين السعر والجودة لإرضاء المستهلك	**0.00	**0.59	تشارك المؤسسة في تمويل حملات التوعية في مجال حماية البيئة من التلوث
**0.00	**0.39	تراعي المؤسسة الجانب الصحي للمستهلك عند القيام بنشاطها	**0.00	**0.60	تتوفر المؤسسة على قسم خاص بالإدارة البيئية
			**0.00	**0.64	تتجنب المؤسسة الغش والتلاعب في تعاملاتها مع الزبائن

** دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأكثر.

* دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 فأكثر.

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (7) يتضح أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع المحور الأول (تبني

المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية) هي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 و 0.05.

ونلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بالنسبة لأغلب العبارات أكبر من 0.6 وهذا ما يؤكد على أنها

تتمتع بدرجة صدق مرتفعة جدا، مما يشير إلى أن هناك اتساقا داخليا للعبارات مع المجالات التي تنتمي إليها.

الجدول رقم(8): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني (دور المسؤولية الاجتماعية في

تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة) بالدرجة الكلية للمجال

الاحتمال P	قيمة معامل الارتباط بالمحور	العبارة	
**0.00	**0.75	الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تعمل على تحسين صورتها وسمعتها	1
**0.00	**0.76	تحسن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة موقعها التنافسي في السوق	2
**0.00	**0.73	تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين الأداء المالي للمؤسسة	3
**0.00	**0.56	تعد المسؤولية الاجتماعية استثمارا ناجحا يعود بالمنفعة على المؤسسة	4

5	**0.83	**0.00	تساعد المسؤولية الاجتماعية المؤسسة على جذب الموارد البشرية الكفوة وتثمينها
6	**0.76	**0.00	تحقق المسؤولية الاجتماعية وفورات في المجالات الطاقوية تعود بالمنفعة الاقتصادية على المؤسسة
7	**0.79	**0.00	تسمح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بالتموقع التسويقي المميز
8	**0.82	**0.00	تؤدي الأنشطة الاجتماعية إلى تعظيم الأرباح وتطويرها بمعدلات مناسبة
9	**0.69	**0.00	المسؤولية الاجتماعية هي ميزة تنافسية لا يمتلكها الآخرون
10	**0.74	**0.00	تساعد المسؤولية الاجتماعية المؤسسة على تحقيق الكفاءة الاقتصادية

** دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأكثر.

* دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 فأكثر.

المصدر: من إعداد طالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (8) يتضح أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من عبارات المحور الثاني (دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة) مع الدرجة الكلية للمحور نفسه هي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأكثر.

ولقد تراوحت قيمة معامل الارتباط بيروسون ما بين 0.56 و 0.83 وهي قيم مقبولة جدا وتدل على القيمة العالية لارتباط العبارات بالدرجة الكلية للمحور وهو ما يؤكد على الاتساق الداخلي لعبارات هذا المحور

3-الصدق البنائي: لتحديد الصدق البنائي يتم حساب مدى ارتباط متوسط كل محور مع المتوسط الكلي للاستمارة، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (9): معامل ارتباط بيرسون للمحاور الاستمارة بالدرجة الكلية للاستمارة

المحور	قيمة معامل الارتباط بالدرجة الكلية للاستمارة	الاحتمال P
1 تبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	**0.965	**0.00
2 دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	**0.784	**0.00

** دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأكثر.

المصدر: من إعداد طالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول رقم (9) أن قيم معامل ارتباط كل محور بالدرجة الكلية للاستمارة موجبة ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأكثر، وبما أن قيمة معامل الارتباط أكبر من 0.6 فإن ذلك يدل على أن صدق الاتساق البنائي للاستبانة متحقق.

وعليه فهذه النتائج المتحصل عليها من خلال الجداول السابقة، تبين صدق واتساق عبارات ومحاور أداة الدراسة وصلاحيتها للتحليل.

ثانياً: ثبات أداة الدراسة

ثبات الأداة هو الاتساق في نتائج الأداة؛ ويقصد به إمكانية الحصول على نفس النتائج فيما لو أعيد استخدام نفس الأداة مرة ثانية على نفس العينة لتحليل نفس الظاهرة.

ولقياس مدى ثبات الاستمارة تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)، وجاءت

نتائجه كما في الجدول الموالي:

الجدول رقم(10): معاملات ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الدراسة وكذلك الاستبانة ككل

محاور الاستمارة	البعد	عدد العبارات	ثبات المحور قيمة ألفا
المحور الأول	المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع	8	0.704
	المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة	7	0.808
	المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال	5	0.791
	المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال	6	0.838
	المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك	5	0.713
	القيمة الكلية للمحور الأول	31	0.916
	القيمة الكلية المحور الثاني	10	0.912
	كامل الاستمارة	41	0.936

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

علماً أنه كلما كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0.6) كلما دل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

ويلاحظ من الجدول رقم(10) أن قيمة ألفا كرونباخ لكامل الاستمارة تفوق 0.9، حيث بلغت قيمته 0.936، وهذا يدل على أن الاستمارة بجميع محاورها تتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

كما نجد من ناحية أخرى أن قيمة معامل الثبات بالنسبة للمحاور الرئيسية (المحور الأول والثاني) قد فاقت قيمة 0.9 كذلك، وأن قيمة معامل الثبات بالنسبة للمحاور الفرعية الخاصة بالمحور الأول قد تراوحت ما بين 0.7 و0.83 وهذا كله يؤكد الثبات الجيد لعبارات الاستبيان وعليه يمكن القول بأن استبيان الدراسة هو استبيان مثالي.

إن صدق وثبات الاستبيان، يدل بأنه صالح للاستعمال في هذه الدراسة الميدانية، وفقا للمعايير العلمية والإحصائية المتعارف عليها.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

يتم من خلال هذا المبحث تحليل البيانات المتحصل عليها واستخلاص النتائج النهائية وذلك باستعمال أدوات الإحصاء الوصفي والاستدلالي.

المطلب الأول: التحليل الوصفي لعينة الدراسة

للتعرف على توزيع مفردات الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية وجاءت النتائج كما يلي:

1- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية

الجدول رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية

المتغير	البيان	العدد	النسبة %
العمر	أقل من 30 سنة	20	36.4
	من 31 إلى أقل من 40 سنة	22	40.0
	من 41 إلى أقل من 50 سنة	11	20.0
	أكثر من 50 سنة	2	3.6
المجموع		55	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (11) يظهر أن نسبة 40% من العينة تتراوح أعمارهم بين 31 و 40 سنة، وما نسبته 36.4% تقل أعمارهم عن 30 سنة، ونسبة 20% من العينة أعمارهم بين 41 و 50 سنة، ونسبة 3.6% أعمارهم أكثر من 50 سنة.

2- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

المتغير	البيان	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	44	80
	أنثى	11	20
	المجموع	55	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن أغلب أفراد العينة هم من فئة الذكور وذلك بنسبة 80%، في حين تمثل نسبة الإناث 20% من حجم العينة. وذلك لأن طبيعة النشاط الذي تزاوله كلا المؤسستين قيد الدراسة تتناسب الذكور أكثر من الإناث.

3- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمؤهل العلمي

الجدول رقم(13): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمؤهل العلمي

المتغير	البيان	العدد	النسبة %
المؤهل العلمي	ليسانس	19	34.5
	ماستر	22	40.0
	دراسات عليا	10	18.2
	أخرى	4	7.3
المجموع		55	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يظهر الجدول رقم (13) أن نسبة 40% يحملون شهادة الماستر، أما حملة شهادة الليسانس فيمثلون ما نسبته 34.5% من العينة، ونسبة 18.2% من العينة تابعوا تعليمهم بالدراسات العليا، أما نسبة 7.3% من العينة فلديهم مؤهلات أخرى.

4- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمسمى الوظيفي

الجدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمسمى الوظيفي

المتغير	البيان	العدد	النسبة %
المسمى الوظيفي	رئيس قسم	15	27.3
	محاسب	10	18.2
	إطار بالمخبر	7	12.7
	مكلف بالدراسات	8	14.5
	أخرى	15	27.3
المجموع		55	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يظهر الجدول رقم (14) أن نسبة 27.3% من العينة هم رؤساء أقسام، ونفس النسبة أي 27.3% يتقلدون مناصب أخرى، وما نسبته 18.2% من العينة هم محاسبون، ونسبة 12.7% من العينة يعملون بإطارات بالمخبر، أما النسبة المتبقية 14.5% من العينة فهم العمال المكلفون بالدراسات.

5-توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

الجدول رقم (15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة المهنية

المتغير	البيان	العدد	النسبة%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	27	49.1
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	14	25.5
	من 11 إلى أقل من 20 سنة	12	21.8
	أكثر من 20 سنة	2	3.6
المجموع		55	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم(15) نلاحظ أن نسبة 49.1% من العينة خبرتهم أقل من 5 سنوات، و25.5% من عينة الدراسة خبرتهم من 5 إلى أقل من 10 سنوات، ونسبة 21.8% من العينة خبرتهم من 11 إلى أقل من 20 سنة، ونسبة 3.6% من أفراد العينة خبرتهم أكثر من 20 سنة.

ويمكن تفسير ذلك بأن العينة قيد الدراسة هي لعمال ينتمون إلى مؤسسات تشجع على توظيف الشباب، وخريجي الجامعات، لذلك تؤول النسبة الأكبر لذوي الخبرة الأقل من 5 سنوات.

6-توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لقطاع المؤسسة

الجدول رقم (16): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لقطاع المؤسسة

المتغير	البيان	العدد	النسبة%
قطاع المؤسسة	صناعي	30	54.5
	خدمي	25	45.5
	المجموع	55	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يظهر الجدول رقم (16) أن نسبة 54.5% من العينة هم عمال مؤسسة ذات طابع صناعي، في حين أن النسبة المتبقية 45.5% هم عمال من مؤسسة ذات طابع خدمي. نظرا لأن الاستثمارات التي تم استبعادها تؤول أغلبها لمؤسسة سونلغاز، وهي مؤسسة خدمية.

7- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اسم المؤسسة

الجدول رقم (17): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اسم المؤسسة

المتغير	البيان	العدد	النسبة %
إسم المؤسسة	مؤسسة الدهن	30	54.5
	مؤسسة سونلغاز	25	45.5
	المجموع	55	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (17) يظهر أن نسبة 54.5% من أفراد العينة هم عمال ينتمون إلى مؤسسة الدهن، في حين أن نسبة 45.5% من أفراد العينة هم عمال من مؤسسة سونلغاز.

المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضيات

تهدف الدراسة إلى التعرف على مستوى تبني المؤسسات محل الدراسة لمعايير المسؤولية الاجتماعية وكذا الدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في تحقيق الأهداف الاقتصادية لهذه المؤسسات، كما تهدف كذلك إلى معرفة ما إذا كانت هناك علاقة ارتباط بين تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبين تحقيق الأهداف الاقتصادية، ومدى تباين آراء العينة في المؤسستين حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف بتباين خصائصهم الديموغرافية. وفيما يلي عرض تفصيلي لنتائج الدراسة التي تم التوصل إليها في ضوء أسئلة الدراسة وفرضياتها مع النتائج.

وبما أن الاختبارات التي سوف نستخدمها في اختبار فرضيات الدراسة هي اختبارات معلمية وتشتت توفّر التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة فإننا سنقوم أولاً من التأكد من أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، ولذا سنستخدم كل من إختبار كلموغرجروف سمرنوف وإختبار شابيرو ويلك للمطابقة.

ولإجراء هذا الاختبار تمت صياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الصفرية: البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.
- الفرضية البديلة: البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

والجدول الموالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (18): اختبار كلموغروف سمرنوف وشابيرو ويلك للتوزيع الطبيعي

المحور		كلموغروف سمرنوف	شابيرو ويلك
1	تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية	0.000	0.002
2	دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	0.161	0.191

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن مستوى الدلالة للمحور الأول: تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية أقل من مستوى المعنوية 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، أي أن بيانات المحور الأول لا تتبع التوزيع الطبيعي.

ووفقا لنظرية النهايات المركزية فإن البيانات تؤول للتوزيع الطبيعي لأن حجم العينة يبلغ 55 مفردة وبالتالي فهو يفوق 30 مفردة.

أما بالنسبة للمحور الثاني: دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، ونرفض الفرضية البديلة مما يعني أن بيانات هذا المحور تتبع التوزيع الطبيعي. **أولا: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:** تنص هذه الفرضية على مايلي: تلتزم المؤسسة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

لاختبار صحة هذه الفرضية سنقوم باختبار مدى التزام المؤسسة بكل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية على حدى حيث تضمنت الدراسة خمسة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية تتمثل في كل من: تجاه المجتمع، حماية البيئة، أخلاقيات الأعمال، العمال، والمستهلك، ولاختبار الفرضيات الفرعية الخمسة تم استخدام اختبار ستودنت لعينة واحدة (one simple t-test).

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى: حيث تنص هذه الفرضية على أن المؤسسة تلتزم بمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع ولاختباره يتم صياغة الفرضيتين الصفرية والبديلة التالية:
الفرضية الصفرية: لا تلتزم المؤسسة بالمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية البديلة: تلتزم المؤسسة بالمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع عند مستوى معنوية 5%.

الجدول رقم (19): نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الأولى

البعد الأول	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع	10.18	1.671	54	* 0.000

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

تشير نتائج الجدول رقم (19) إلى أن قيمة T المحسوبة تساوي 10.18 عند درجات حرية 54 ومستوى دلالة يساوي 0.000، وهو أقل من مستوى الدلالة الحرج (0.05) ومنه يتم رفض الفرضية الصفرية، أي أن المؤسسة تتبنى أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تتمحور هذه الفرضية حول التزام المؤسسة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة، واختبارها تم صياغة الفرضيتين التاليتين:
الفرضية الصفرية: لا تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية البديلة: تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة عند مستوى معنوية 5%.
ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار T-test، والنتائج موضحة كما يلي:

الجدول رقم (20): نتائج اختبار T-Test للبعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة.

البعد الثاني	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة	9.78	1.671	54	* 0.000

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول رقم (20) إلى أن قيمة T تساوي 9.78 عند درجات حرية 54 ومستوى دلالة يساوي 0.000، وهو أقل من مستوى الدلالة الحرج، لذلك ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة أي أن المؤسسة تتبنى أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة.

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: والتي كانت تهتم بقياس مدى التزام المؤسسة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال، وتكون فرضياتها الصفرية والبديلة على النحو التالي:

- الفرضية الصفرية: لا تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال عند مستوى معنوية 5%.

- الفرضية البديلة: تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال عند مستوى معنوية 5%.

ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار T-test، والنتائج موضحة كما يلي:

الجدول رقم (21): نتائج اختبار T-Test للبعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال.

البعد	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال	15.06	1.671	54	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال ملاحظة النتائج الموضحة في الجدول رقم (21) نجد يمكن رفض الفرضية الصفرية وذلك لكون مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة الحرج (0.05) وكذلك من جهة أخرى نجد أن قيمة ستودنت المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولة. وعليه فإن المؤسسة تلتزم بمسئوليتها تجاه أخلاقيات الأعمال.

4. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: ترغب هذه الفرضية في اختبار مستوى التزام المؤسسة بمسئوليتها

الاجتماعية تجاه عمالها والموظفين التابعين لها، ولاختبار يتم صياغة الفرضية الصفرية والبديلة التاليتين:

• الفرضية الصفرية: لا تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال عند مستوى معنوية 5%.

• الفرضية البديلة: تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال عند مستوى معنوية 5%.

ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار T-test، والنتائج موضحة كما يلي:

الجدول رقم (22) نتائج اختبار T-Test للبعد الرابع: المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال.

البعد	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال	8.42	1.671	54	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

اعتمادا على كلا من معياري مستوى الدلالة وقيمة احصائية ستودنت يمكننا رفض الفرضية الصفرية وذلك لكون المستوى الدلالة المحسوب أقل من 0.05 وكذلك القيمة المحسوبة لإحصائية ستودنت أكبر من القيمة الجدولية (8.42 > 1.671)، وعليه فإننا نتوصل إلى أن المؤسسة تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية تجاه العمال.

5. اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: يندرج ضمن هذه الفرضية البعد الخامس من أبعاد المسؤولية

الاجتماعية للمؤسسة ولاختبارها تم صياغة الفرضيتين التاليتين:

• الفرضية الصفرية: لا تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك عند مستوى معنوية 5%.

• الفرضية البديلة: تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك عند مستوى معنوية 5%.

ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار T-test، والنتائج موضحة كما يلي:

الجدول رقم (23): نتائج اختبار T-Test للبعد الخامس: المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك.

البعد	قيمة T المحسوبة	قيمة T المجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك	13.21	1.671	54	0.00

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول رقم (23) إلى أن قيمة T المحسوبة تساوي 13.21 عند درجات حرية 54 ومستوى دلالة يساوي 0.000، وهو أقل من مستوى الدلالة الحرج، لذلك ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة أي أن المؤسسة تتبنى أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك.

ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: والتي تدرس مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية، جاءت هذه الفرضية بالصياغة التالية: تلعب المسؤولية الاجتماعية دورا مهما في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، واختبار هذه الفرضية يتم استخدام اختبار ستودنت لعينة واحدة لبيانات المحور الثاني من محاور الاستمارة وقبل ذلك يتم صياغة الفرضيتين الصفرية والبديلة بالشكل التالي:

● الفرضية الصفرية: لا تلعب المسؤولية الاجتماعية دورا مهما في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية 5%.

● الفرضية البديلة: تلعب المسؤولية الاجتماعية دورا مهما في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية 5%.

وبين الجدول التالي نتائج اختبار ستودنت :

الجدول رقم (24): نتائج اختبار ستودنت للفرضية الرئيسية الثانية

المحور الثاني	قيمة T المحسوبة	قيمة T المجدولة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	9.20	1.671	54	0.00

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (24) واعتمادا على معيار قيمة احصائية ستودنت نجد أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة المجدولة ($9.20 > 1.671$) مما يقودنا إلى رفض الفرضية الصفرية التي تنص على أن المسؤولية الاجتماعية لا تلعب دورا مهما في تحقيق الأهداف الاقتصادية وقبول الفرضية البديلة، ونفس النتيجة يمكن الوصول إليها عند مقارنة قيمة مستوى الدلالة مع مستوى الدلالة الحرج حيث نجده أقل من 0.05 وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تلعب دورا مهما في تحقيق الأهداف الاقتصادية.

ثالثاً: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: تهدف هذه الفرضية لاختبار مدى وجود ارتباط بين التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية وقدرتها على تحقيق أهدافها الاقتصادية، ولاختبارها عند مستوى معنوية 5% وضعنا الفرضيات التالية:

الفرضية الصفرية: توجد علاقة ارتباط بين التزام المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، وتحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية البديلة: لا توجد علاقة ارتباط بين التزام المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، وتحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية 5%. ولاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار بيرسون.

الجدول رقم 25: نتائج اختبار الارتباط

المحور	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	البعد الأول	البعد الثاني	البعد الثالث	البعد الرابع	البعد الخامس
تحقيق الأهداف الاقتصادية	0.529	0.447	0.405	0.485	0.463	0.599
مستوى الدلالة	0.00	0.001	0.002	0.00	0.00	0.00

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (25) يمكننا القبول بوجود علاقة ارتباط بين التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية وتحقيق أهدافها الاقتصادية وذلك لكون مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة الحرج والمقدر بـ (0.05) بالنسبة لجميع الحالات.

أما عن قوة واتجاه علاقة الارتباط فنجدها في مجملها علاقة طردية، موجبة ومتوسطة حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بيرسون ما بين (0.40 و 0.59) بالنسبة للعلاقة الكلية بين تحقيق الأهداف وجميع الأبعاد مجتمعة أو بين تحقيق الأهداف الاقتصادية وكل بعد على حدى وهي علاقة مقبولة.

رابعاً: اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة: تهتم هذه الفرضية بدراسة مدى إمكانية وجود فروق في آراء أفراد العينة حول مساهمة التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية في تحقيق أهدافها الاقتصادية وهذا من خلال اختلاف خصائصهم الديمغرافية، حيث سنستخدم اختبار تحليل التباين الأحادي لتحديد فيما إذا كانت هناك

فروق والذي يعتمد بدوره على اختبار فيشر وفي حالة، وجود فروق فإننا نعمل على تحديد اتجاه الفروق وأي العينات الجزئية التي يوجد بها هذا الفرق باستخدام كل من اختباري شفيه وتوكي وحيدى البعد. إلا أنه وقبل البدء بإجراء اختبار تحليل التباين لابد قبل ذلك التأكد من تجانس التباين لبيانات الدراسة وذلك باستخدام اختبار ليفن، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (26): نتائج اختبار تجانس التباين لبيانات الدراسة

العامل	العمر	المؤهل العلمي	المسمى الوظيفي	سنوات الخبرة	قطاع المؤسسة
احصائية ليفن	0.668	2.474	0.826	1.362	1.936
مستوى الدلالة	0.576	0.072	0.493	0.265	0.170

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة أعلاه واعتمادا على مستوى المعنوية والذي نلاحظ أنه أكبر من مستوى المعنوية الحرج (0.05) وهذا بالنسبة لجميع الاختبارات يتوصل إلى أن التباين متجانس بالنسبة لبيانات الدراسة وفقا للمتغيرات الديمغرافية المعنية بالاختبار.

وبعد التأكد من توفر شرط تجانس التباين يمكننا استخدام اختبار تحليل التباين الاحادي وذلك كمايلي:

- **الفرضية الصفرية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% في آراء أفراد العينة حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة تعزى للمتغيرات الديموغرافية.
 - **الفرضية البديلة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% في آراء أفراد العينة حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة تعزى للمتغيرات الديموغرافية.
- ولاختبار الفروقات يتم استخدام اختبار تحليل التباين إذا كان لدينا أكثر من عاملين، ويستخدم اختبار ستينودنت إذا كان هناك عاملين مثل قطاع المؤسسة.

1- اختبار وجود فروق حسب متغير العمر

تم اختبار تحليل التباين الأحادي لتوضيح دلالة الفروق بين الفئات العمرية للمبحوثين حول محاور الدراسة والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم 27: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير العمر

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة P
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	بين المجموعات	3.26	3	1.08	3.30	0.02
	داخل المجموعات	16.79	51	0.32		
	المجموع	20.05	54			

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول رقم (27) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول محاورها تعزى لمتغير العمر حيث أن قيمة P كانت أقل من مستوى المعنوية 0.05، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب تساوي 0.02 وهي أقل من مستوى الدلالة الحرج، لذلك ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة على أساس أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات مفردات الدراسة. المحور الثاني: دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة تعزى لمتغير العمر.

ولتحديد اتجاه الفروقات فقد تم استخدام اختبار LSD واختبار TUKY وكانت النتائج موضحة في

الجدول التالي:

الجدول رقم (28): نتائج اختبار المقارنات البعدية باستخدام كل من اختبار LSD واختبار TUKY

المحور	الفروق بين المتوسطات	أقل من 30 سنة	31-40 سنة	41-50 سنة	أكثر من 50 سنة
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	أقل من 30 سنة	//	0.010	0.011	0.32
	31-40 سنة	0.010		0.67	0.90
	41-50 سنة	0.011	0.67	//	0.75
	أكثر من 50 سنة	0.32	0.90	0.75	//

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول رقم (28) إلى أن الفروق في آراء العينة حول مدى مساهمة التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية في تحقيق أهدافها الاقتصادية يكمن بين الفئة العمرية أقل من 30 سنة والفئة

العمرية التي يتراوح سنها ما بين 31 و 40 سنة وكذلك توجد فروق ما بين نفس الفئة العمرية والأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 41 و 50 سنة، وذلك لأن مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة الحرج (0.05).

2- اختبار وجود فروق حسب متغير المؤهل العلمي.

تم اختبار تحليل التباين الأحادي لتوضيح دلالة الفروق بين المؤهل العلمي للمبحوثين حول محاور الدراسة والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم 29 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير المؤهل العلمي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة P
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	بين المجموعات	0.70	3	0.23	0.61	0.60
	داخل المجموعات	19.35	51	0.37		
	المجموع	20.05	54			

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول رقم (29) أعلاه إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول محاورها تعزى لمتغير المؤهل العلمي بالنسبة دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، فلقد كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب تساوي 0.60 وهي أكبر من مستوى الدلالة الحرج، لذلك تقبل الفرضية الصفرية وترفض الفرضية البديلة أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات مفردات الدراسة تجاه المحور الثاني: دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

3- اختبار وجود فروق حسب متغير المسمى الوظيفي:

تم اختبار تحليل التباين الأحادي لتوضيح دلالة الفروق بين المسمى الوظيفي للمبحوثين حول محاور الدراسة والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم 30 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير المسمى الوظيفي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة P
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	بين المجموعات	2.02	4	0.50	1.40	0.24
	داخل المجموعات	18.03	50	0.36		
	المجموع	20.05	54			

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول رقم (30) أعلاه إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول محاورها تعزى لمتغير المسمى الوظيفي بالنسبة لدور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، فكانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب تساوي 0.24 وهي أكبر من مستوى الدلالة الحرج، لذلك تقبل الفرضية الصفرية وترفض الفرضية البديلة أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات مفردات الدراسة تجاه المحور الثاني تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

4- اختبار وجود فروق حسب متغير سنوات الخبرة:

تم اختبار تحليل التباين الأحادي لتوضيح دلالة الفروق بين سنوات الخبرة للمبحوثين حول محاور الدراسة والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم 31 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير سنوات الخبرة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة P
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	بين المجموعات	0.50	3	0.16	0.44	0.72
	داخل المجموعات	19.54	51	0.38		
	المجموع	20.05	54			

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول رقم (31) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول محاورها تعزى لمتغير سنوات الخبرة بالنسبة لدور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، فكانت قيمة مستوى الدلالة المحسوب تساوي 0.72 وهي أكبر من مستوى الدلالة

البحر، لذلك تقبل الفرضية الصفرية وترفض الفرضية البديلة على أساس أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات مفردات الدراسة تجاه المحور الثاني تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

5- اختبار وجود فروق حسب متغير قطاع المؤسسة:

الجدول 32: اختبار ستودنت للفروقات في آراء أفراد العينة حسب قطاع المؤسسة

المحور	فرضيات التباين	احصائية ستودنت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة	تباين متجانس	4.163	53	0.00
	تباين غير متجانس	4.078	45.567	0.00

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

بما أنه تم التأكد من تجانس التباين بالنسبة لبيانات الدراسة فإننا سنعتمد على نتائج الصف الأول والتي تشير إلى وجود فروق في آراء العينة حول دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية في المؤسسة فقد وجدنا أن قيمة المعنوية لاختبار T هو 0.00 وهو أقل من 0.05.

المطلب الثالث: تحليل نتائج اختبار الفرضيات

ثم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، لتحديد إجابات مفردات الدراسة على عبارات الاستبيان.

أولاً: تحليل آراء أفراد العينة على عبارات المحور الأول: تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية

سنقوم بتحليل آراء أفراد العينة على كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية على حدى كمايلي:

1. تحليل آراء أفراد العينة حول عبارات البعد الأول: تتبنى المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

الجدول رقم (33): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه

المجتمع

الرقم	العبارات	التكرارات					متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1	تقوم المؤسسة بتقديم تبرعات عند حدوث الكوارث.	8	27	10	8	2	3.56	1.03	موافق
		14.5	49.1	18.2	14.5	3.6			
2	تقوم المؤسسة بدعم حملات التوعية الصحية.	13	26	6	10	00	3.76	1.01	موافق
		23.6	47.3	10.9	18.2	00			

3	تقوم المؤسسة بدعم النشاطات الرياضية	ت	13	27	9	5	1	3.83	0.95	موافق
		%	23.6	49.1	16.4	9.1	1.8			
4	تقوم المؤسسة بحملات لدعم ومساعدة الفقراء	ت	5	19	20	9	2	3.29	0.97	محايد
		%	9.1	34.5	36.4	16.4	3.6			
5	تقوم المؤسسة بتوظيف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة	ت	6	31	12	4	2	3.63	0.91	موافق
		%	10.9	56.4	21.8	7.3	3.6			
6	تقدم المؤسسة التبرعات والإعانات للجمعيات الخيرية ودور المسنين	ت	4	14	24	12	1	3.14	0.91	محايد
		%	7.3	25.5	43.6	21.8	1.8			
7	تقوم المؤسسة باستقبال وتدريب طلبة الجامعات أثناء وبعد الدراسة	ت	19	33	2	1	00	4.27	0.62	موافق بشدة
		%	34.5	60.0	3.6	1.8	00			
8	تساهم المؤسسة في التخفيف من مشكلة البطالة من خلال توفير مناصب العمل	ت	17	33	2	3	00	4.16	0.73	موافق
		%	30.9	60.0	3.6	5.5	00			
جميع فقرات البعد الأول										

ت: التكرار.

%: النسبة المئوية.

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (33) حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الأول (التزام المؤسسة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع) أن المتوسط الحسابي للعبارات قد تراوحت قيمته ما بين (3.14 - 3.76) وهي المجال الذي يوافق الآراء ما بين محايد وموافق بشدة، كما نلاحظ أن قيمة الانحراف المعياري قد بلغت أكبر قيمة لها بالنسبة للعبارة الأولى (تقوم المؤسسة بتقديم تبرعات عند حدوث الكوارث) حيث قدرت قيمته بـ 1.03 مما يدل على تباين آراء أفراد العينة حول هذه العبارة، ولقد وافق أفراد العينة على أغلب عبارات البعد حيث كانت قيمة المتوسط الحسابي قد فاقت 3.40 ومع الموافقة بشدة على العبارة رقم سبعة (أن المؤسسة تقوم باستقبال وتدريب طلبة الجامعات أثناء وبعد الدراسة) وهذه الموافقة يرافقها انخفاض في قيمة الانحراف المعياري مما يدل على تقارب آراء العينة وعدم تشتتها ومرد ذلك هو رغبة المؤسسة في الحصول على خريجي جامعات مؤهلة للعمل الميداني الأمر الذي يوفر عليها تكاليف التدريب والتكوين، في حين كانت هناك موافقة متوسطة على العبارة الرابعة (تقوم المؤسسة بحملات لدعم ومساعدة الفقراء) وذلك بمتوسط حسابي يساوي 3.29 والعبارة السادسة (تقدم المؤسسة التبرعات والإعانات للجمعيات الخيرية ودور المسنين) وذلك بمتوسط حسابي بلغت قيمته 3.14، وترجع هذه الموافقة المتوسطة إلى أن المؤسسات تابعة للقطاع العام وهو الأمر الذي قد يجعلها لا تهتم لهذا

الأمر لأن الدولة تجند الهيئات الخاصة لمتابعة أمر الفقراء والجمعيات الخيرية ودور المسنين، ومن جهة أخرى قد يكون هذا الأمر لا يتم على المثل أي لا يمكن لجميع العاملين في المؤسسة إدراك ما تقوم به المؤسسة. وهذه النتائج عامة تتسجم مع نتيجة الفرضية الفرعية الأولى في أن المؤسسة تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع، وما يؤكد هذا كذلك هو قيمة المتوسط الحاسبي لجميع عبارات البعد الأول والتي كانت تساوي 3.70 حيث كان العينة موافقة على هذا الأمر وبتباين ضعيف حيث قدرت قيمة الانحراف المعياري بـ 0.51.

2. تحليل آراء أفراد العينة حول عبارات البعد الثاني: بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

الجدول رقم (34): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة

الترتيب	العبارات	التكرارات					الاتجاه الإيجابية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1	تساهم المؤسسة في التقليل من التلوث البيئي	ت	21	25	7	2	00	0.79	4.18
		%	38.2	45.5	12.7	3.6	00		
2	تعتمد المؤسسة في نشاطاتها على تكنولوجيا غير ضارة بالبيئة	ت	12	32	8	3	00	0.76	3.96
		%	21.8	58.2	14.5	5.5	00		
3	تستخدم المؤسسة مواد قابلة للتدوير	ت	11	26	12	5	1	0.94	3.74
		%	20.0	47.3	21.8	9.1	1.8		
4	تهتم المؤسسة بالنفقات الموجهة للبحث والتطوير في مجال البيئة	ت	4	30	11	10	00	0.87	3.50
		%	7.3	54.5	20.0	18.2	00		
5	تعمل المؤسسة من أجل الحصول على المواصفة القياسية للبيئة	ت	8	35	10	2	00	0.68	3.89
		%	14.5	63.6	18.2	3.6	00		
6	تشارك المؤسسة في تمويل حملات التوعية في مجال حماية البيئة من التلوث	ت	5	29	17	4	00	0.75	3.63
		%	9.1	52.7	30.9	7.3	00		
7	تتوفر المؤسسة على قسم خاص بالإدارة البيئية	ت	9	22	13	8	3	1.10	3.47
		%	16.4	40.0	23.6	14.5	5.5		
		%	38.2	50.9	3.6	5.5	1.8		
	جميع فقرات البعد الثاني						0.58	3.77	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (34) نجد أن أفراد العينة على إختلاف خصائصهم الديمغرافية قد كانت آراؤهم موافقة ومنسجمة حول عبارات البعد الثاني وهو التزام المؤسسة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه البيئة، حيث تراوحت قيمة المتوسط الحسابي ما بين (3.47-4.18) أي أكبر من قيمة 2.40 مما يشير إلى أن أفراد العينة موافقون على التزام المؤسسة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه البيئة وذلك من خلال التقليل من التلوث البيئي واستخدام التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة واستخدام المواد القابلة للتدوير والاهتمام بالبحث والتطوير في مجال البيئة، كما أن المؤسسة تعمل على الحصول على المواصفة القياسية للبيئة، ومن جهة أخرى قد تتوفر المؤسسة على قسم خاص بالإدارة البيئية غير أن هذه العبارة بلغت قيمة الانحراف المعياري لها 1.10 مما يدل على وجود تباين في آراء العينة حول الموافق على وجود هذا القسم وهذا مرده إلى أن شركة الدهن تتوفر على هذا القسم في حين مؤسسة سونلغاز لا تتوفر على هذا القسم وهذا نظرا لأن شركة الدهن لها مخلفات الإنتاج التي تتطلب مثل هذا القسم لتسيير وتنظيم عملية التخلص منها، وعموما فقد تراوحت قيمة الانحراف المعياري ما بين (0.68-0.94) وهي قيم صغيرة تدل على أن أفراد العينة متفقون في آرائهم.

ولقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لجميع فقرات البعد الثاني 3.47 بانحراف معياري قدر بـ 0.58 وتشير هذه النتائج إلى نفس النتيجة التي تم الحصول عليها من اختبار الفرضية الفرعية الثانية في أن المؤسسة تلتزم وتدرك مسئوليتها الاجتماعية تجاه البيئة وهذا الأمر الذي قد تتجر عنه عقوبات قانونية في حالة المخالفة أو عدم احترام شروط المحافظة على البيئة.

3. تحليل آراء أفراد العينة حول عبارات البعد الثالث: بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال:

الجدول رقم (35): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه

أخلاقيات العمال

تجاه الإجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					العبارات	ت
			غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
موافق	0.60	4.49	00	1	00	25	29	ت	1 تتجنب المؤسسة الغش والتلاعب في تعاملاتها مع الزبائن
بشدة			00	1.8	00	45.5	52.7	%	
موافق	0.73	4.27	00	2	3	28	22	ت	2 تتجنب المؤسسة وضع تخفيضات

بشدة			00	3.6	5.5	50.9	40.0	%	وخصومات وهمية
موافق بشدة	0.63	4.45	00	1	1	25	28	ت	3 تتجنب المؤسسة الخداع والتضليل في إعلاناتها التجارية
			00	1.8	1.8	45.5	50.9	%	
موافق	0.88	4.18	1	3	2	28	21	ت	4 تلتزم المؤسسة بتطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة
			1.8	5.5	3.6	50.9	38.2	%	
موافق	1.14	3.78	4	4	7	25	15	ت	5 تعمل المؤسسة على تكريم وتحفيز العمال المتفوقين والمبدعين في العمل
			7.3	7.3	12.7	45.5	27.3	%	
موافق بشدة	0.60	4.23	جميع فقرات البعد الثالث						

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

كانت هناك موافقة كبيرة وحماسية من قبل أفراد العينة على أغلب عبارات البعد الثالث (التزام المؤسسة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال) حيث فاقت قيمة المتوسط الحسابي بالنسبة للعبارات الثلاث الأولى قيمة 3.40 مما يدل على الموافقة بشدة على أن المؤسسة لا تغش ولا تتلاعب في تعاملاتها وتتجنب التخفيضات والخصومات الوهمية، بالإضافة إلى عدم استخدام الاعلانات التجارية، وكانت هذه الآراء ضعيفة التباين مما يدل على إجماع أغلبية الأفراد على هذه الموافقة ونرجع هذا الأمر إلى أن المؤسسات تابعة للقطاع العام وليست في حاجة إلى هذه الممارسات ومن جهة أخرى فإنها مؤسسات رائدة في مجال خدماتها والمنتجات التي تقدمها ومتفوقة على منافسيها من حيث الجودة والسعر وهذا بالنسبة لمؤسسة الدهن، أما بالنسبة لمؤسسة سونلغاز فهي شركة محتكرة لقطاع الكهرباء والغاز في حين انخفضت درجة الموافقة على العبارتين الرابعة والخامسة وهي التزام المؤسسة بتطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة، وكذا بالنسبة للعبارة الخامسة والتي تنص على أن المؤسسة تعمل على تكريم وتحفيز العمال المتفوقين والمبدعين في العمل حيث بلغ قيمة المتوسط الحسابي 4.18 و 3.78 على الترتيب، وأن هذه الموافقة يرافقها ارتفاع نوعا ما في قيمة الانحراف المعياري والذي قدر بـ 0.88 و 1.14 على التوالي ونفسه بارتفاع التباين في الآراء إضافة إلى الاختلاف بين أفراد العينة ما بين التابعين لمؤسسة الدهن والتابعين لمؤسسة سونلغاز في بعض العناصر الفرعية نتيجة اختلاف الخدمات التي تقدمها كل مؤسسة.

ولقد كان رأي أفراد العينة على جميع عبارات البعد الثالث بموافقة بشدة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.23 مع انحراف معياري ضعيف قدر بـ 0.60 وهذه النتائج ماهي إلا تأكيد لنتيجة اختبار الفرضية الفرعية الثالثة والتي كانت نتيجتها بأن المؤسسة تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال.

4. تحليل آراء أفراد العينة حول عبارات البعد الرابع: بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال.

الجدول رقم (36): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال

رقم	العبارات	التكرارات					المتوسط الحسابي	الاتجاه المعياري	اتجاه الإجابة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق			
1	تقوم مؤسستكم باحترام جميع العمال بدون تمييز	7	27	9	10	2	3.49	1.05	موافق
		12.7	49.1	16.4	18.2	3.6			
2	توجد في مؤسستكم خطة سنوية لتدريب العمال	11	35	7	2	00	4.00	0.69	موافق
		20.0	63.6	12.7	3.6	00			
3	تلتزم مؤسستكم بمبدأ تكافؤ الفرص بالنسبة لجميع العمال	2	34	7	9	3	3.41	0.99	موافق
		3.6	61.8	12.7	16.4	5.5			
4	تهتم المؤسسة بتوفير الأمن الصناعي وأدوات تفادي حوادث العمل	17	35	3	00	00	4.25	0.55	موافق
		30.9	63.6	5.5	00	00			
5	تسمح المؤسسة بوجود النقابات العمالية	19	28	2	3	3	4.03	1.05	موافق
		34.5	50.9	3.6	5.5	5.5			
6	تعمل المؤسسة على الاهتمام بتحسين أجور العمال	9	32	2	7	5	3.60	1.18	موافق
		16.4	58.2	3.6	12.7	9.1			
	جميع فقرات البعد الرابع						3.80	0.70	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

تبين نتائج الجدول رقم (36) أن المتوسطات الحسابية لعبارات البعد الرابع (تبيين المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال) قد تراوحت قيمتها ما بين 3.41 كأقل قيمة وهي خاصة بالعبرة الأولى (تقوم مؤسستكم باحترام جميع العمال بدون تمييز) وقيمة 4.03 كأكبر قيمة متوسط حسابي وهي خاصة بالعبرة الخامسة (تسمح المؤسسة بوجود نقابة عمالية) وهذه المتوسطات الحاسبة كلها تنتمي إلى المجال الذي يشير

إلى أن رأي العينة موافق على كل العبارات، إلا أنه وبالاعتماد على معيار الانحراف المعياري نجد أن التباين في الآراء مختلف من عبارة إلى أخرى فنجد ضعيفا حيث يمكن القول بوجود تناسق في الآراء وشبه إجماع بالنسبة للعبارة الرابعة (تهتم المؤسسة بتوفير الأمن الصناعي وأدوات تقادي حوادث العمل) والتي قدر انحرافها المعياري بـ 0.55 وهذا يعود إلى أن المؤسستين محل الدراسة تعتبر الأعمال في مكان خال من أي نوع من الخطر والذي قد ينجر عنه ضعف الأداء بالنسبة للعامل في كل لحظة أثناء أداء المهام من خلال الصعق بالكهرباء والانفجارات والاختناق بالغاز أو التسمم من المنتجات والمواد الكيميائية الداخلة في إنتاجها الخاصة بشركة الدهن، وموافقة أفراد العينة على هذه العبارة تدل على إدراك المؤسسات لهذا الأمر ومحاولة تجنب كل ما من شأنه أن يسبب ضعفا في الأداء أو فقدان الأرواح بالنسبة للعمال. وكذلك نجد قلة التشنت في الآراء بالنسبة للعبارة الثانية (توجد في مؤسستكم خطة سنوية لتدريب العمال) والعبارة الثالثة (تلتزم مؤسستكم بمبدأ تكافؤ الفرص بالنسبة لجميع العمال) واللتين قدر انحرافهما المعياري 0.69 و 0.99 على التوالي وهذا التوافق وتقارب الآراء يشير إلى اهتمام المؤسسات بمسألة التدريب وتحسين المستوى للعامل قصد مواكبة كل التطورات والتحديثات التي تظهر ويتم اكتشافها في مجال أعمالها وهذا من أجل إبقاء العامل دائما على إطلاع ومتابعة لكل التطورات والتحديثات، كذلك نفس الأمر بالنسبة لتكافؤ الفرص أمام العمال دون تفضيل لعامل دون آخر غير أن هذه العبارة عرفت انخفاض في مستوى الإجماع مقارنة بالعبارتين السابقتين.

أما باقي العبارات فقد عرت انحراف معياري مرتفع نوعا ما مقارنة بالعبارات الثلاثة السابقة حيث فاقت قيمة الواحد الصحيح، وهذا مرده في جميع الحالات إلى الاختلاف بين أفراد العينة المنتمين إلى مؤسسة الدهن والمنتمين إلى مؤسسة سونلغاز حيث بالنسبة للعمال دون تمييز ووجود النقابات وتحسين الأجور يبقى الأمر متعلقا ببعض الخصائص والمميزات التي تميز كل مؤسسة عن أخرى، الأمر الذي يجعل من قيمة الانحراف المعياري ووجود الاختلاف في الآراء كبيرا نوعا ما.

نفس الأمر بالنسبة للموافقة بالأغلبية الساحقة وشبه الإجماع ينطبق على جميع عبارات البعد مجتمعة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.80 وهي أكبر من 3.40 الحد الأدنى للموافقة وبلغ كذلك الانحراف المعياري 0.70 وهو يعبر عن قلة التشنت في آراء أفراد العينة وهذا ما يعني موافقة هذه العينة على ما تم التوصل إليه فيما يخص اختبار الفرضية الفرعية الرابعة والخاصة بالتزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه العمال.

5. تحليل آراء أفراد العينة حول عبارات البعد الخامس: بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك

الجدول رقم (37): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بتبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك

رقم	العبارات	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1	تحرص المؤسسة على تلقي الشكاوى التي يقدمها المستهلك عبر مختلف وسائل الاتصال	18	34	3	00	00	4.27	0.55	موافق بشدة
		32.7	61.8	5.5	00	00			
2	يحصل المستهلك على التعويض المناسب في حالة وجود عيوب	13	38	4	00	00	4.16	0.53	موافق
		23.6	69.1	7.3	00	00			
3	تراعي المؤسسة القدرات المالية للمستهلك عند تسعير المنتجات أو الخدمات	5	26	12	10	2	3.40	1.01	موافق
		9.1	47.3	21.8	18.2	3.6			
4	تحرص المؤسسة على الموازنة بين السعر والجودة لإرضاء المستهلك	10	37	5	2	1	3.96	0.76	موافق
		18.2	67.3	9.1	3.6	1.8			
5	تراعي المؤسسة الجانب الصحي للمستهلك عند القيام بنشاطها	10	32	9	3	1	3.85	0.84	موافق
		18.2	58.2	16.4	5.5	1.8			
	جميع فقرات البعد الخامس						3.93	0.52	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

النتائج الموضحة في الجدول رقم (37) تبين آراء أفراد العينة حول التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك ونجد من خلال ملاحظة قيم المتوسطات الحسابية أن هناك موافقة شديدة وشبه إجماع على أن المؤسسة تحرص على تلقي الشكاوى التي يقدمها المستهلك عبر مختلف وسائل الاتصال حيث بلغ متوسطها الحسابي 3.27 وانحرافها المعياري كان ذو قيمة ضعيفة قدرت بـ 0.55 وهذا يشير إلى أن المؤسسات محل الدراسة تعتبر المستهلك عنصرا مهما في عملها الانتاجي وأنه السبب الرئيس لنجاح أو فشل عملها وبالتالي فإن إرضاء المستهلك يعد أمرا ضروريا لا بد من العمل لأجله، وهذا يتضح كذلك من خلال آراء العينة حول باقي العبارات والتي كانت موافقة كلها حيث كان المتوسط الحسابي لكل العبارات ينتمي إلى المجال (3.40-4.20) وهذا يقودنا إلى التأكد من أن المستهلك المتعامل مع هذه المؤسسات

يحصل على التعويضات اللازمة في حالة وجود عيوب وأن المؤسسة تعمل على إرضاء المستهلك من خلال الموازنة بين الأسعار والجودة بالإضافة إلى حرص المؤسسة على الجانب الصحي للمستهلك في حالة القيام بأعمالها أو إنتاج منتجاتها ، وقد رافق هذه الموافقة انخفاض في قيمة الانحراف المعياري حيث بلغت أكبر قيمه 0.83 ماعدا العبارة الخاصة بأن المؤسسة تراعي القدرات المالية عند تسعير منتجاتها والذي فاق الانحراف المعياري القيمة الواحد الصحيح، وهذا يعود إلى أن مؤسسة سونلغاز يكون التسعير محددًا مركزيًا من طرف الدولة ولا يمكن للمؤسسة أن تتدخل في تحديده أو تسعيره إلا أنه يمكنها تقسيط الفاتورة التي تبلغ حد معين لا يمكن تسديده على دفعة واحد وهذا مراعاة للظروف المالية للمواطنين.

ولقد وافق أفراد العينة على جميع عبارات البعد حيث بلغ المتوسط الحسابي لجميع العبارات مجتمعة 3.93 بانحراف معياري قدر بـ 0.52 وهو ما يمكننا من الخروج بنتيجة أن المؤسسات تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المستهلك وهو ما يؤكد كذلك نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الخامسة.

ثانياً: تحليل آراء أفراد العينة حول عبارات المحور الثاني: دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاهداف الاقتصادية للمؤسسة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، لإجابات مفردات الدراسة على محور دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، والنتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (38): تحليل آراء أفراد العينة المتعلقة بدور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاهداف

الاقتصادية للمؤسسة

رقم	العبارات	الإجابات					الاتجاه الإيجابية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق			
1	الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تعمل على تحسين صورتها وسمعتها	14	32	5	4	00	0.80	4.01	
		%	25.5	9.1	7.3	00			
2	تحسن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة موقعها التنافسي في السوق	11	24	14	5	1	0.95	3.70	
		%	20	43.6	9.1	1.8			
3	تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين الأداء المالي للمؤسسة	9	33	10	3	00	0.74	3.87	
		%	16.4	60.0	5.5	00			

موافق	0.60	3.92	00	1	9	38	7	ت	تعد المسؤولية الاجتماعية استثمارا ناجحا يعود بالمنفعة على المؤسسة	4	
			00	1.8	16.4	69.1	12.7	%			
موافق	0.82	3.74	1	4	9	35	6	ت	تساعد المسؤولية الاجتماعية المؤسسة على جذب الموارد البشرية الكفوة وتثمينها	5	
			1.8	7.3	16.4	63.6	10.9	%			
موافق	0.69	3.74	00	4	10	37	4	ت	تحقق المسؤولية الاجتماعية وفورات في المجالات الطاقوية تعود بالمنفعة الاقتصادية على المؤسسة	6	
			00	7.3	18.2	67.3	7.3	%			
موافق	0.81	3.76	1	4	8	36	6	ت	تسمح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بالتموقع التسويقي المميز	7	
			1.8	7.3	14.5	65.5	10.9	%			
موافق	0.87	3.45	00	10	14	27	4	ت	تؤدي الأنشطة الاجتماعية إلى تعظيم الأرباح وتطويرها بمعدلات مناسبة	8	
			00	18.2	25.5	49.1	7.3	%			
موافق	0.84	3.67	00	4	19	23	9	ت	المسؤولية الاجتماعية هي ميزة تنافسية لا يمتلكها الآخرون	9	
			00	7.3	34.5	41.8	16.4	%			
موافق	0.92	3.65	00	8	12	26	9	ت	تساعد المسؤولية الاجتماعية المؤسسة على تحقيق الكفاءة الاقتصادية	10	
			00	14.5	21.8	47.3	16.4	%			
موافق	0.60	3.75	جميع فقرات المحور الثاني								

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من نتائج الجدول رقم (38) أن هناك تقارب في رؤية أفراد الدراسة لمدى مساهمة تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، ما بين مساهمة لحد كبير جدا ومساهمة. حيث تراوحت متوسطات رأيهم لمدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية في المؤسستين ما بين 3.45 و 4.01.

يضم هذا المحور عشرة عبارات كانت آراء العينة حولها كلها موافقة حيث كان المتوسط الحسابي لكل منها أكبر من 3.40 وبانحراف معياري ضعيف كانت أكبر قيمة لها تساوي 0.95 وهو يدل على قلة وضعف تشتت آراء العينة وشبه الإجماع على الموافقة على عبارات المحور وهذا يقودنا إلى استنتاج أن المؤسسات تدرك مدى الأهمية والدور الذي يمكن أن تلعبه عملية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وأبعادها في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، إذ نجد أن أفراد العينة يرون بأن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة وبالرغم من أنها قد تحمل المؤسسة تكاليف إضافية إلا أنها تعتبر تحسينا لصورة وسمعة المؤسسة، وأنها تحسن موقعها التنافسي وأداءها المالي وهي في نفس الوقت عبارة عن استثمار ناجح يعود بالفائدة على المؤسسة، وذلك لأن أغلبية العمال ذوي مؤهل علمي عال وهو ما يفسر نظرتهم الاستباقية

لبرامج المسؤولية الاجتماعية بأنها استثمار طويل المدى يعود بالمنفعة على المؤسسة، كما نجد كذلك من خلال النتائج الموضحة في الجدول أن أفراد العينة لا يعتبرون المسؤولية الاجتماعية بأنها عبء وتكاليف إضافية، وهذا رغم عدم حتميتها وعدم فرضها فرضاً على المؤسسة، بل على العكس تماماً فنجد أنهم يعتبرونها ميزة تنافسية لا يمتلكها الآخرون وتساعد على تحقيق الأرباح الإضافية وتحقيق الكفاءة الاقتصادية كذلك، ومن جهة أخرى فإن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يسمح بالتنوع التسويقي الجيد للمؤسسة ويعتبر إشهاراً لها يعمل على جذب الموارد البشرية الكفؤة التي تقدر الأنشطة الاجتماعية وترغب في تنميتها وتطويرها.

نفس الأمر بالنسبة لمجمل المحور والذي قدر متوسطه الحسابي بـ 3.75 وهو يدل على موافقة أفراد العينة على أن هناك دور للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الاقتصادية، وأنها ليست عبء على المؤسسة ولا تكليف إضافية بل هي استثمار طويل الأجل وتضحية بالمنفعة القليلة في الوقت الحاضر من أجل منفعة أكبر في المستقبل، هذا الرأي الذي يمكن اعتباره إجماعاً من طرف أفراد العينة نظراً لكون قيمة الانحراف المعياري ضعيفة جداً قدرت بـ 0.60 تدل على ضعف تشتت الآراء وشبه إجماعها.

خلاصة الفصل الثالث:

كان الهدف من هذا الفصل إسقاط ما تم التطرق إليه في الجانب النظري من الفصل الأول والثاني على الواقع التطبيقي، وهذا لمعالجة الإشكالية المطروحة وتحديد الإجابة المنطقية والواقعية لها ولتحقيق هذا الهدف تم إعداد استمارة أعدت خصيصاً لهذا الأمر، وزعت على عينة من مجتمع الدراسة الذي يضم مجموع عمال مؤسستي الدهن (وحدة سوق أهراس) ومؤسسة سونلغاز (وحدة قالمة)، وقدّر حجم العينة التي خضعت للدراسة 55 عاملاً من مختلف الخصائص الشخصية والديمغرافية.

وقبل البدء في عملية تحليل نتائج الاستمارة تم التأكد من درجة صدقها باستخدام صدق المحكمين حيث تم الالتزام بتعديلاتهم وآرائهم، بالإضافة إلى قياس الصدق الداخلي والبنائي للاستمارة باستخدام معامل الارتباط بيرسون والذي بين الدرجة العالية لصدق الاستمارة، كما تم التأكد من ثبات نتائج الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ والذي كانت قيمته تشير إلى أن الاستبيان يتمتع بثبات مثالي، كما تم التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي باستخدام اختباري كولموغوروف سمرنوف وشابيرو ويلك.

ولقد بينت نتائج اختبار الفرضيات وعملية المعايشة والملاحظة للعمل في المؤسسات محل الدراسة أن المؤسستين متقاربتان في مسألة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، وإدراك ما يمكن أن تعود به من النفع على المؤسسة في جميع المجالات، بالإضافة إلى أنهما لا تريان بأنها عبء أو تكلفة إضافية بل هي استثمار طويل الأجل، غير أن المؤسسات ربما تمارس العديد من الأنشطة التي تندرج مباشرة في مسؤوليتها الاجتماعية إلا أنها لا تمارسها على سبيل الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية بل لأنه ربما جرت العادة على القيام بهذا الأمر، أو هو قرار من السلطات العليا أو الدولة، وهذا راجع لكون المؤسسات تابعة للقطاع العام وبالتالي فإن التكاليف التي تنفقها في سبيل الأنشطة الاجتماعية والاهتمام بالعامل من حيث الجانب الاجتماعي والصحي لا يندرج ضمن سياستها الاجتماعية بل هي مجرد تطبيق للقوانين والتعليمات التي تنص عليها العقود المبرمة بين العامل والمؤسسة.

خاتمة

خاتمة

ركز مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ بداياته على ترجمة العلاقة التي تربط بين منظمات الأعمال و المجتمع الذي تعمل فيه، غير أن هذه الترجمة لم تتعد إطار العمل الخيري من خلال مساهمة منظمة الأعمال في تأمين المنتجات و الخدمات، و توفير فرص العمل دون الأخذ بعين الاعتبار للآثار السلبية التي تترتب عن ممارسة المنظمات لنشاطاتها المختلفة، و بما أنتوقعات المجتمع في تطور دائم، أصبح لزاما على منظمات الأعمال مواكبة هذه التوقعات إنأرادت الاستمرارية و البقاء، حيث شهدت السنوات القليلة الماضية تغييرا جوهريا في علاقة المنظمات بالمجتمع.

وبسبب اتساع تأثير المنظمات وزيادة الانتقادات الموجهة لها، أصبح اهتمام المنظمات أكثر فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية، جعلها تتحول من انشغالها الدائم بكيفية جمع الأرباح إلى التفكير الجدي في كيفية المساهمة في التنمية المجتمعية، الأمر الذي دفع بها إلى تبني الكثير من الممارسات ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية.

إن التزام منظمات الأعمال بالأداء الاجتماعي يمثل الخيار الأفضل لنجاحها في بيئتها، حيث أن نجاح أي منظمة اليوم أصبح لا يقاس بمدى ما تحققة من أهداف اقتصادية فقط، وإنما ما تحققة كذلك على المستوى الاجتماعي، وهو ما يدفع بها إن أرادت البقاء والاستمرارية إلى أن تدمج الاعتبارات الاجتماعية بشكل تدريجي ومتواصل ضمن استراتيجياتها.

من هنا أصبح النجاح في المزج بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كأداة لتحقيق أهداف المنظمة وكوسيلة للتخلي بالقيم الجوهرية التي تجعلها مواطنا صالحا في المجتمع تحديا حقيقيا للمنظمة أمام هذا الزخم من التطورات والتغيرات اللامتناهية، ويتجسد هذا التحدي في خلق ما يعرف بالقيمة المشتركة والتي تمثل أساسا القاسم المشترك بين القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية.

الدور الاجتماعي للمؤسسة يحتم عليها أن تسهم إيجابا في الحياة الاجتماعية، كأن تساهم في خلق مناصب العمل وتحسين مستوى المعيشة، ومن ثم ترجمة هذه الممارسات إلى منافع مادية له وللمجتمع ككل، عندها فقط تنجح إلى حد كبير في الموازنة بين تحقيق أهدافها الاقتصادية وتبنيها للمسؤولية الاجتماعية.

بناء على ما تقدم يمكننا إدراج نتائج الدراسة في العناصر التالية:

- ❖ عرف مفهوم المسؤولية الاجتماعية تطورا عبر عدة مراحل زمنية، بدءا من إعتبره عملا خيريا تطوعيا، وتغيره المستمر بسبب زيادة وتيرة قدرة المنظمات على المساهمة في القضايا المجتمعية وصولا إلى ما هي عليه اليوم واعتبارها ابعدها من مجرد عبء تتحمله المنظمات، إلى وسيلة من وسائل الديمومة وتحقيق أهدافها الاقتصادية.
- ❖ رغم تطرق العديد من المفكرين إلى تناول مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلا انه لم يتم الاتفاق على تعريف شامل وتدقيق لها، لكن يمكن الإجماع على أنها مراعاة المنظمات للاهتمامات الاجتماعية والبيئية في استراتيجياتها على نحو تطوعي من خلال تقوية العلاقة بينها وبين المجتمع بما يحقق الترابط المتوازن بين تحقيق الأهداف الاقتصادية للمنظمة لضمان الاستمرارية والبقاء وبين توقعات المجتمع الذي يحتضنها.
- ❖ برامج المسؤولية الاجتماعية تغطي أربع مستويات جوهرية هي: المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الخيرية، والالتزام بها مجتمعة يعتبر مثاليا لوصول المنظمة لان تكون مسئولة اجتماعيا.
- ❖ ساهمت العديد من المبادرات الدولية الساعية إلى إعطاء مفهوم عالمي للمسؤولية الاجتماعية في تامين هذه الثقافة لدى منظمات الأعمال ويتجسد ذلك من خلال المواصفة الدولية ISO26000، هذه الأخيرة كان لها دور كبير في مساعدة منظمات الأعمال على تحقيق الثقة بينها وبين الأطراف المعنية.
- ❖ مما لا شك فيه أن الغرض الرئيسي من إنشاء المؤسسة هو تحقيق الأرباح لكن ذلك لا يبد إلا يكون على حساب مصالح المجتمع وألا تغفل عن مراعاة الجوانب الأخلاقية في مزاولتها نشاطها.
- ❖ نجاح منظمات الأعمال يتوقف على مدى قدرة واستعدادها الأخيرة على تحقيق الموازنة الفعالة بين التزامها ببرامج المسؤولية الاجتماعية وسعيها الدائم والمستمر نحو تحقيق أهدافها الاقتصادية.
- ❖ تحقيق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية للمؤسسة لا يتحقق إلا من خلال خلق قيمة مشتركة تمزج بين هذين المفهومين للحصول على أفضل النتائج.

خاتمة

الاقتراحات:

من خلال ما جاء في هذه الدراسة وكذا النتائج المتوصل إليها، نقوم بإدراج جملة من الاقتراحات والتي من شأنها تعزيز هذا الموضوع وذلك كالآتي:

- ❖ الاتفاق على مفهوم واضح وموحد للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من أجل صياغة برامج لها بشكل صحيح وواضح في هذا المجال.
- ❖ تفعيل وترسيخ مبادرات المسؤولية الاجتماعية من خلال الاستعانة بالإعلام عنها ونشرها بالشكل الذي يشجع منظمات الأعمال على تبني برامج المسؤولية الاجتماعية.
- ❖ التنسيق الدائم والمستمر بين مسيري المنظمات وأصحاب المصالح المختلفة من أجل تقليص الفجوة بين أهداف الطرفين.
- ❖ الحرص على تكوين رجال الأعمال بغرض تعريفهم بالمسؤولية الاجتماعية، وتشجيعهم على تبنيها ضمن استراتيجيات الأعمال.
- ❖ التوجه نحو وضع مؤشرات تقيس وتقيم أداء منظمات الأعمال اتجاه المسؤولية الاجتماعية ومعاملتهم على أساس نتائج هذا التقييم.
- ❖ محاولة إحداث نوع من التوازن بين التزام منظمات الأعمال بمسؤوليتها الاجتماعية وتحقيقها لأهدافها الاقتصادية.
- ❖ تفعيل كل من الإفصاح والشفافية لدى منظمات الأعمال للوقوف على الدور الحقيقي الذي تلعبه هذه الأخيرة تجاه المجتمع.
- ❖ ترجمة المبادرات الاجتماعية إلى أرقام حقيقية قابلة للقياس والمقارنة قصد الوقوف على إسهاماتها الحقيقية في التنمية المجتمعية.

آفاق الدراسة:

في ضوء نتائج هذه الدراسة واقتراحاتها، نجد أنفسنا أمام آفاق مستقبلية واسعة، تثير العديد من التساؤلات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وذلك نظرا لأهميته البالغة، وقدرته على أن يكون منطلقا لدراسات أخرى منها:

- ✚ قياس وتقييم الأداء الاجتماعي ودوره في تقييم أداء المنظمة.
- ✚ دور الترويج للمسؤولية الاجتماعية في مساعدة المنظمة على تحقيق أهدافها.
- ✚ الآثار المترتبة عن تخلي المؤسسات عن مسؤولياتها الاجتماعية.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1. المراجع باللغة العربية:

2. الكتب:

3. أحمد جاد عبد الوهاب، السلوك التنظيمي، (دراسة لسلوك الافراد والجماعات داخل منظمات الاعمال)، الإسكندرية، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 1996.
4. أحمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقات الإنتاجية في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
5. أحمد ماهر، الإدارة (المبادئ والمهارات)، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2004.
6. أكرم أحمد الطويل، ياسين طه الدباغ، إدارة الجودة الشاملة للبيئة والمسؤولية الاجتماعية، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2016.
7. البكري تامر ياسر، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2001.
8. جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2003.
9. جميل احمد توفيق، إدارة الاعمال مدخل وظيفي، الدار الجامعية، بيروت، لبنان، 2000.
10. حسين حريم، إدارة المنظمات (منظور كلي)، عمان، دار الحامد، 2003.
11. حنيفة عبد الغفار، أساسيات إدارة المنظمات، مصر، المكتب العربي الحديث.
12. رجب عبد الحميد السيد، دور القيادة في اتخاذ القرارات خلال الازمات، مطبعة الايمان، القاهرة، مصر. 2001.
13. رفيقة حروش، اقتصاد وتسيير المؤسسة، شركة دار الأمة، الجزائر، 2013.
14. رمضان محمد القذافي، العلوم السلوكية في مجال الإدارة والإنتاج، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ط1، 1997.
15. رواية محسن، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية، الدار الجامعية، مصر، 2001.
16. ريتشارد، هال، المنظمات (هياكلها، عملياتها، مخرجاتها)، ترجمة سعيد بن حمد الهاجري وإبراهيم بن عبد الله المنيف، السعودية، معهد الإدارة العامة، 2001.
17. زينب حسين عوض الله، سوزي عدلي ناشد، مبادئ الاقتصاد الساسي، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، ط1، 2005.

قائمة المصادر والمراجع

18. سعاد نائف برنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005.
19. صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1982.
20. طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، ط 2، 2008.
21. عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
22. عبد الرحمن توفيق، الجودة الشاملة، إصدارات باميك، القاهرة، مصر، 2003.
23. عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، 2006، الجزائر.
24. عبد السلام أبو قحف، أساسيات التنظيم والإدارة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2003.
25. عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال، المكتب العربي الحديث، 1993.
26. عبد السلام عبد الغفور وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الصفاء، سوريا، 2001.
27. عبد العزيز صالح حبتور، أصول ومبادئ الإدارة العلمية، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، عمان، الأردن، 2001.
28. عبد المعطي محمد عساف، محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د رقم الطبعة، 2003.
29. علي السلمي، إدارة الإنتاجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، دن.
30. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة السادسة، 2008.
31. غول فرحات، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008.
32. كاسر نصر المنصور، إدارة العمليات الإنتاجية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009.
33. محسن محمد الخضري، العولمة، مقدمة في فكر واقتصاد إدارة عصر اللادولة، مجموعة النيل العربية، مصر، 2000.
34. محمد سعيد سلطان، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
35. محمد عبد الفتاح الصحن، محمد السيد سرايا، الرقابة والمراجعة الداخلية على المستوى الكلي والجزئي، الدار الجامعية بيروت، لبنان، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

36. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
37. محمد قاسم القريوتي، نظرية المنظمة والتنظيم، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط2، 2001.
38. مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المواصفة القياسية ISO 26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2015، مصر.
39. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998.
40. نبيل محمد المرسي، استراتيجيات الإدارة العليا (اعداد، تنفيذ، مراجعة)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006.
41. هبة نصار، المسؤولية الاجتماعية لرجال الاعمال في مصر، بحث ميداني استطلاعي، كتاب الأهرام الاقتصادي، يوليو، 2007.

المذكرات والرسائل الجامعية:

1. حاج صدوق شرفي، المؤسسة الاقتصادية العمومية واقتصاد السوق، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2004.
2. درحمون هلال، المحاسبة التحليلية نظام معلومات تسيير ومساعدة على اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
3. ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية المؤسسة والموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير كلية علوم الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بالقائد، تلمسان، 2010.
4. الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، اختصاص اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007.
5. علي كساب، استخدام بحوث العمليات في الإنتاج الصناعي (الأمثلية في الإنتاج)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، 1987.

قائمة المصادر والمراجع

6. عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مجمع صيدال وحدة الدار البيضاء، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2012.
7. فؤاد حسين محمد الحمدي، أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وانعكاساتها على رضا المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2003.
8. مقدم وهيبية، تقييم مدى استجابة منتظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، أطروحة الدكتوراه، تحقيق علوم التسيير، 2014، جامعة وهران.
9. نوال ضيافي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010.

الملتقيات والمؤتمرات:

1. إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد الاعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة والمنفعة الاجتماعية، نموذج مقترح: الملتقى الدولي الثالث عشر تحول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، ي ومي 14.15 نوفمبر 2016.
2. أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14 و 15 فيفري 2012.
3. بقدر عائشة، بكار أمال، المسؤولية الاجتماعية بين الإلزام والالتزام، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14 و 15 فيفري 2012.
4. عبد السلام مخلوفي، سفيان بن عبد العزيز، تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعددة الجنسيات، الملتقى الدولي الثالث، منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
5. عبد الغفور دادن، رشيد حفصي، المؤسسة بين التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 20 و 21 نوفمبر 2012.

قائمة المصادر والمراجع

6. كمال رزيق، فارس مسدور، تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، 2003، ص202.
7. محمد عبيدات، دور التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات، مؤتمر المسؤولية الاجتماعية، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، صنعاء 2008/10/29.30.
8. محمد فلاق، قدور بن نافلة، المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية (جيزي، موبيليس، نجمة)، التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 15/16 فيفري 2013.

المجلات:

1. شوقي جباري، حمزة العوادي، قراءات في التجارب الدولية الرائدة الاستراتيجية العناقد الصناعية، تجربة ايطاليا الثالثة ووادي السيلكون، نموذجية المجلة الجزائرية للعلومة والسياسيات الاقتصادية، العدد 03، 2012.
2. طاهر محسن منصور الغالبي، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظم المعلومات، دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد 36، 2005.
3. العايب عبد الرحمن، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تغلي المؤسسات الاقتصادية بروح المواطنة، جامعة سطيف، العدد 11، دسمبر، 2015.
4. عمار زيتوني، مصادر تمويل المؤسسات مع دراسة للتمويل البنكي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 09، مارس، 2006.
5. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الإطار النظري وإمكانية التطبيق العلمي في الجزائر، مجلة البديل الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة، العدد 12، 2014.
6. مراد سكاك، تدقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد 11، 2011.

قائمة المصادر والمراجع

7. هاشمي عبايسة، الدور المحوري لتسيير الموارد البشرية في خلق القيم لجميع الأطراف، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثالث، جوان 2008، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

التقارير:

1. دليل ارشادي حول المسؤولية الاجتماعية، الترجمة الرسمية، الأمانة المركزية ISO، جينيف، سويسرا، 2010.

2. اليكسندر سكونيكوف، وآخرون، النموذج التجاري لمواطنة الشركات، مركز المشروعات الدولية الخاصة، التقرير رقم 410، 2004/12/27.

محاضرات جامعية:

1. العربي دخموش، محاضرات في اقتصاد المؤسسة، مطابع جامعة منتوري، قسنطينة، 2001.
2. محاضرات الأستاذ كساب، مقياس تسيير المخزون، السنة الجامعية 2000، 2001.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. CLAUDE ALZARD.SABIN SEPARAI.CONTROL DE GESTION .DUNOD .5 EDITION PARIS.2001.
2. Genevieve roy levieux la geration de valeur partager master 2 professionell en gestion deentrprise et affaire internationaux universte de paris 1 pandtheon sorlonne.2013.
3. JMES.THE EFFECTIVE MANGER.MA NGEREME NT EDUCATION. SATRWASHING.1997.
4. PHILPPE DE WOOT.RESPORABILITE SOCIAL DE LENTREPRISE FAUT IL ENCHAINER PROMETHE.EDITION PARIS.FRANCE.2005.
5. Porter. M.e karmem 2011 greating shared value.harvared business revive

قائمة المصادر والمراجع

6. Rapport ;grating shareholder valeu .the new standard for busniess performance the free press.mac millan 1998.

المواقع الالكترونية:

1. <http://ar.wikipedia.org/wiki/%d8%a5%d9%8a%ac%d8%a7%d8%af>
2. <http://www.pesomtel.com>
3. <http://WWW.ALGHAD.COM/INDEX.PHO/ARTICLE/406885.HTML>
4. <http://www.iso.org/isofocus>
5. [http:// www : syria business. Org /modules.php? Name= forum file.](http://www:syria.business.Org/modules.php?Name=forumfile)
6. [http:// www.mop.gov.eg](http://www.mop.gov.eg)

قائمة

الملاحق

الملاحق

الجزء الأول : البيانات الشخصية وخصائص المؤسسة

الاجابة	الفئة	المتغير
	اقل من 30 سنة	العمر
	من 31 إلى 40 سنة	
	من 41 إلى 50 سنة	
	أكثر من 50 سنة	
	ذكر	الجنس
	أنثى	
	ليسانس	المؤهل العلمي
	ماستر	
	دراسات عليا	
	أخرى	
	رئيس قسم	المسمى الوظيفي
	محاسب	
	إطار بالمخبر	
	مكلف بالدراسات	
	أخرى	
	اقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
	من 6 سنوات إلى 10 سنوات	
	من 11 سنة إلى 20 سنة	
	أكثر من 20 سنة	
	صناعي	قطاع المؤسسة
	خدمي	
	مؤسسة الدهن	اسم المؤسسة
	مؤسسة سونلغاز	

الملاحق

الجزء الثاني:

المحور الأول: تبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع
					1 تقوم المؤسسة بتقديم تبرعات عند حدوث الكوارث.
					2 تقوم المؤسسة بدعم حملات التوعية الصحية.
					3 تقوم المؤسسة بدعم النشاطات الرياضية.
					4 تقوم المؤسسة بحملات لدعم ومساعدة الفقراء.
					5 تقوم المؤسسة بتوظيف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.
					6 تقدم المؤسسة التبرعات والإعانات للجمعيات الخيرية ودور المسنين.
					7 تقوم المؤسسة باستقبال وتدريب طلاب الجامعات أثناء وبعد الدراسة.
					8 تساهم المؤسسة في التخفيف من مشكلة البطالة من خلال توفير مناصب العمل.
					المسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة.
					1 تساهم المؤسسة في التقليل من التلوث البيئي.
					2 تعتمد المؤسسة في نشاطاتها على تكنولوجيا غير ضارة بالبيئة.
					3 تستخدم المؤسسة مواد قابلة للتدوير.
					4 تهتم المؤسسة بالنفقات الموجهة للبحث والتطوير في مجال البيئة.
					5 تعمل المؤسسة من أجل الحصول على المواصفة القياسية للبيئة.
					6 تشارك المؤسسة في تمويل حملات التوعية في مجال حماية البيئة من التلوث.
					7 تتوفر المؤسسة على قسم خاص بالإدارة البيئية.
					المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال.
					1 تتجنب المؤسسة الغش والتلاعب في تعاملاتها مع الزبائن.
					2 تتجنب المؤسسة وضع تخفيضات وخصومات وهمية.
					3 تتجنب المؤسسة الخداع والتضليل في إعلاناتها التجارية.
					4 تلتزم المؤسسة بتطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة.
					5 تعمل المؤسسة على تكريم وتحفيز العمال المتفوقين والمبدعين في العمل.

الملاحق

						المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال.
						1 تقوم مؤسستكم باحترام جميع العمال بدون تمييز.
						2 توجد في مؤسستكم خطة سنوية لتدريب العمال.
						3 تلتزم مؤسستكم بمبدأ تكافؤ الفرص بالنسبة لجميع العمال.
						4 تهتم المؤسسة بتوفير الأمن الصناعي وأدوات تقادي حوادث العمل.
						5 تسمح المؤسسة بوجود النقابات العمالية.
						6 تعمل المؤسسة على الاهتمام بتحسين أجور العمال.
						المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك.
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
						1 تحرص المؤسسة على تلقي الشكاوى التي يقدمها المستهلك عبر مختلف وسائل الاتصال.
						2 يحصل المستهلك على التعويض المناسب في حالة وجود عيوب.
						3 تراعي المؤسسة القدرات المالية للمستهلك عند تسعير المنتجات أو الخدمات.
						4 تحرص المؤسسة على الموازنة بين السعر والجودة لإرضاء المستهلك.
						5 تراعي المؤسسة الجانب الصحي للمستهلك عند القيام بنشاطها.

الملاحق

المحور الثاني: دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاهداف الاقتصادية للمؤسسة .

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات	
					1 الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تعمل على تحسين صورتها وسمعتها	
					2 تحسن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة موقعها التنافسي في السوق	
					3 تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين الأداء المالي للمؤسسة	
					4 تعد المسؤولية الاجتماعية استثمارا ناجحا يعود بالمنفعة على المؤسسة	
					5 تساعد المسؤولية الاجتماعية المؤسسة على جذب الموارد البشرية الكفؤة وتثمينها	
					6 تحقق المسؤولية الاجتماعية وفورات في المجالات الطاقوية تعود بالمنفعة الاقتصادية على المؤسسة	
					7 تسمح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بالتموقع التسويقي المميز	
					8 تؤدي الأنشطة الاجتماعية إلى تعظيم الأرباح وتطويرها بمعدلات مناسبة	
					9 المسؤولية الاجتماعية هي ميزة تنافسية لا يمتلكها الآخرون	
					10 تساعد المسؤولية الاجتماعية المؤسسة على تحقيق الكفاءة الاقتصادية	

المُلخَص

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مساهمة التزام المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في تحقيق أهدافها الاقتصادية في عينة من مؤسستين اقتصاديتين، وذلك في إطار معالجة إشكالية تتمحور حول: هل يمكن أن تنجح المؤسسة في الموازنة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق أهدافها الاقتصادية؟ وقد كشفت الدراسة بأن المؤسستان متقاربتان في ما يتعلق بالتزامهما بالمسؤولية الاجتماعية، وما يمكن أن تعود به من منفعة، وهو ما ينفي كونها عبئا على عاتق المؤسسة، بل هي استثمار طويل الأجل، من شأنه أن يعود بالمنفعة على كل من المؤسسة والمجتمع.

وقد تمخض عن هذه الدراسة العديد من التوصيات، تميل أغلبها إلى تشجيع المؤسسات على محاولة الموازنة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، والتركيز على تحقيق أهدافها الاقتصادية من خلال خلق قيمة مشتركة بينهما.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الأهداف الاقتصادية، المنفعة الاجتماعية، القيمة المشتركة، تحليل الاستبيان.

Résumé :

Cette étude vise à comprendre la contribution de l'institution aux principes de responsabilité sociale dans la réalisation de ses objectifs économiques dans un échantillon de deux institutions économiques, dans le cadre de la problématique: l'institution parvient-elle à équilibrer son engagement social et ses objectifs économiques? L'étude a révélé que les deux institutions sont proches quant à leur engagement envers la responsabilité sociale et ce qui peut leur être bénéfique, ce qui représente un fardeau pour l'institution, mais plutôt un investissement à long terme qui profitera à la fois à l'institution et à la société.

Cette étude a produit de nombreuses recommandations, dont la plupart tendent à encourager les institutions à essayer d'équilibrer la responsabilité sociale et à se concentrer sur la réalisation de leurs objectifs économiques en créant une valeur commune.

Mots-clés: responsabilité sociale, objectifs économiques, bénéfice social, valeur partagée, analyse de questionnaires.