

جامعة 8 ماي 1945-قائمة-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

ميدان: التكوين في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

شعبة: العلوم الاقتصادية

موضوع المذكرة:

واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

الجزائرية

دراسة حالة مؤسسة عبيدي-ولاية قالمة-

اشراف الاستاذة:

أسماء كردوسي

اعداد الطالب:

عبد الرحمان حسناوي

السنة الجامعية: 2020/2019

سورة الاحقاف

سُرِّحْهُنَّ وَتَقَرَّبْنَ

في البداية الشكر والحمد لله جل في علاه فإليه ينسب الفضل كله في اكمال هذا العمل
وبعد الحمد لله أتوجه بالشكر الى الدكتورة أسماء كردوسي لما قدمته لي من توجيهات علمية
طيلة فترة انجاز العمل

كما لا ننسى شكرنا وتقديرنا للدكتور خالد بن جلول لتقديمه يد المساعدة
وبعدها الشكر موصول الى كل اساتذتي الذين درسوني طيلة مشواري الدراسي

إِهْدَاء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" قَلِ اعْمَلُوا فِيسِرِي اللَّهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولِهِ وَالْمُؤْمِنُونَ " (التوبة 105)

إلهي لا يطيب الليل الا بيسرك ولا يطيب النهار الا بعطائك ولا تطيب اللحظات الا

بذكرك ولا تطيب الاخرة الا بعفوك ولا تطيب الجنة الا برويتك جل جلالك

الى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الى الامة نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

الى من كلفه الله بالهبة والوقار، الى من علمني العطاء بدون انتظار، وإلى من أحمل إسمه بكل افتخار، إلى من أنار دربي وكان نعم الناصح، إلى من كان معي في كل خطوة أخطوها بتشجيعه ودعمه، إلى الذي لم يبخل عليا بكل ما يملك في سبيل نجاحي "أبي الغالي" أطال الله في عمرك إلى من ربطني وأنارت دربي، إلى معنى الحب والحنان، إلى بسمه الحياة، إلى من كانت ولا زالت سندي في الحياة، إلى من كان دعاؤها سر نجاحي، إلى أعلى إنسان "أمي الحبيبة" أطال الله في عمرك إلى من ترعرعت معهم ونما غصني بهم، إلى من هم أعز الناس إلى قلبي أخوتي الأعزاء "يحي، سارة خديجة" حفظهم الله

الى رفيقة دربي وسندي في الحياة " مهدية "

إلى من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي.

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

أهدي ثمرة جهدي

عبد الرحمان

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	البسمة
	الشكر
	الاهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
	قائمة الملاحق
ا-هـ	المقدمة
الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية	
02	تمهيد
03	المبحث الاول: ماهية المؤسسة الاقتصادية
03	المطلب الاول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية
04	المطلب الثاني: اهداف المؤسسة الاقتصادية
05	المطلب الثالث: وظائف المؤسسة الاقتصادية
07	المطلب الرابع: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية
09	المبحث الثاني: تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
09	المطلب الاول: المؤسسة الاقتصادية في مرحلة ما قبل 1980
10	المطلب الثاني: مرحلة استقلالية المؤسسات ما بعد 1980
11	المطلب الثالث: المؤسسة الاقتصادية ما بعد 1990
12	المبحث الثالث: تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
12	المطلب الاول: تعريف تأهيل المؤسسة الاقتصادية
12	المطلب الثاني: أسباب تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
14	المطلب الثالث: متطلبات تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
16	المطلب الرابع: برامج تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
18	خلاصة الفصل الاول
الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية	
20	تمهيد
21	المبحث الاول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
21	المطلب الاول: نشأة وتعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
23	المطلب الثاني: أهمية واهداف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
25	المطلب الثالث: مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
26	المبحث الثاني: اساسيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
26	المطلب الاول: دوافع ظهور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
27	المطلب الثاني: ابعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
29	المطلب الثالث: مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية

30	المبحث الثالث: استراتيجيات، معيقات وعوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
30	المطلب الاول: استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
32	المطلب الثاني: معيقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
33	المطلب الثالث: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية
34	خلاصة الفصل الثاني
	الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة مؤسسة عبيدي -ولاية قالمة-
36	تمهيد
35	المبحث الاول: تقديم عام للمؤسسة
35	المطلب الاول: تعريف مؤسسة عبيدي
36	المطلب الثاني: اهداف مؤسسة عبيدي
37	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة عبيدي
39	المبحث الثاني: منهجية الدراسة وخطواتها الاجرائية
39	المطلب الاول: وصف مجتمع وعينة الدراسة
40	المطلب الثاني: التعريف بأداة الدراسة
38	المطلب الثالث: صدق وثبات الدراسة
46	المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات
46	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة
47	المطلب الثاني: تحليل وصفي لإجابات العينة
54	المطلب الثالث؛ اختبار الفرضيات وتحليلها
60	خلاصة الفصل الثالث
61-62	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق
	الملخص

فهرس الجداول

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
28	ابعاد المسؤولية الاجتماعية	1-2
38	الاستثمارات المقبولة والمرفوضة	1-3
39	جدول مقياس ليكارت الخماسي	2-3
39	جدول مجالات مقياس ليكارت الخماسي	3-3
40	معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الاول	4-3
40	معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثاني	5-3
41	معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثالث	6-3
41	معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الرابع	7-3
42	معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الخامس	8-3
42	نتائج اختبار الصدق البنائي لمحاور الاستبيان	9-3
43	قياس ثبات الاستبيان باستخدام الفا كرونباخ	10-3
43	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة	11-3
44	توزيع افراد الدراسة وفقا للجنس	12-3
44	توزيع افراد العينة وفقا للمركز الوظيفي	13-3
45	توزيع افراد العينة وفقا للفئات العمرية	14-3
46	توزيع افراد العينة وفقا للمستوى الدراسي	15-3
46	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	16-3
47	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	17-3
49	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	18-3
50	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين	19-3
51	التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين	20-3

قائمة الجداول

52	اختبار نتائج t-test للفرضية الفرعية الاولى	21-3
53	اختبار نتائج t-test للفرضية الفرعية الثانية	22-3
53	اختبار نتائج t-test للفرضية الفرعية الثالثة	23-3
53	اختبار نتائج t-test للفرضية الفرعية الرابعة	24-3
54	اختبار نتائج t-test للفرضية الفرعية الخامسة	25-3
54	اختبار التجانس لمحاور الدراسة	26-3
54	نتائج اختبار التباين الأحادي حسب الجنس لمحاور الدراسة	27-3
55	نتائج اختبار التباين الأحادي حسب المركز الوظيفي لمحاور الدراسة	28-3
56	نتائج اختبار التباين الأحادي حسب المستوى الدراسي لمحاور الدراسة	29-3

فهرس الأشكال

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
05	وظيفة التسويق	1-1
06	وظيفة التمويل والمحاسبة	2-1
06	وظيفة الموارد البشرية	3-1
07	وظيفة الإنتاج	4-1
29	هرم كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	1-2
31	استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية	2-2
37	الهيكل التنظيمي لمؤسسة عبيدي	1-3

المقدمة العامة

المقدمة العامة

تمهيد:

مع طفرة التطور التكنولوجي والتوجهات الحديثة في الانتاج، ظهرت تحديات جديدة بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية تتمثل في الدور الاجتماعي التي يمكن أن تمارسه، ما حتم عليها وضع فلسفة وآليات عمل ضمن إطار أخلاقي واجتماعي يمثل علاقة هذه المؤسسة بالمجتمع وهو ما اصطلح عليه بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، ويهدف هذا المفهوم باعتبار أن المؤسسة من المفترض أن لا تكتفي باستغلال الموارد المتاحة لها بما يخدم أهدافها الاقتصادية، بل أن مسؤوليتها تمتد إلى مواجهة المتطلبات الاجتماعية أيضا وإرضاء جميع الأطراف ذات المصلحة، فاكتماب ثقة ورضا العملاء يساعد في خدمة أهداف المؤسسة الاقتصادية، وعلى هذا الأساس فلا بد للمؤسسة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع.

ويكتسب الدور الاجتماعي للمؤسسات أهمية متزايدة لأن فلسفة هذه المسؤولية مستمدة من طابعها الاختياري المرن والشامل بما يسمح ويشجع كل مؤسسة أيا كان حجمها ونطاق أعمالها بأن تنتهج ما تراه مناسباً وملائماً من الإجراءات والممارسات وفق إمكانياتها وقدراتها المادية وبما يتجاوز مع حقائق السوق ومقتضياته، إلا أن نجاح قيام المؤسسة بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساساً على التزامها بثلاثة معايير وهي: الاحترام والمسؤولية اتجاه العاملين وأفراد المجتمع، دعم المجتمع ومساندته، حماية البيئة سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه المؤسسة للمجتمع مع البيئة، أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة وتحسن من الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة.

ومما سبق تتضح لنا معالم الاشكالية التي نعمل على معالجتها من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي

الى أي مدى تلتزم المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية؟

ومن خلال السؤال الرئيسي يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

ما هي المراحل التي مرت بها المؤسسة الاقتصادية الجزائرية الى يومنا هذا؟

هل لدى المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

هل تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية؟

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات افراد العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية؟

فرضيات الدراسة:

وللإجابة على إشكالية الدراسة نضع الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: مرت المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بعدة مراحل ساهمت في تطورها.

الفرضية الثانية: تحقق المؤسسة الاقتصادية العديد من الفوائد وراء تبنيها مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن أنشطتها.

المقدمة العامة

الفرضية الثالثة: تطبق مؤسسة عبيدي مجالات المسؤولية الاجتماعية ضمن انشطتها. وتتفرع الى

تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين

تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين

الفرضية الرابعة: هناك فروق بين إجابات العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية وتتفرع الى:

يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب الجنس.

يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المركز الوظيفي.

يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى الدراسي.

أسباب اختيار الموضوع.

من بين أسباب اختيار الموضوع

- طبيعة التخصص

- حداثة موضوع المسؤولية الاجتماعية خاصة في المؤسسات الوطنية

- توجه المؤسسات الاقتصادية نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية

- نقص البحوث في هذا المجال

أهمية الدراسة.

تكتسب الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة للدور الاجتماعي للمؤسسات خاصة بعد تخلي الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والاجتماعية.

حاجة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية الى إدراك المفاهيم النظرية والممارسات العلمية للمسؤولية الاجتماعية والمنافع المترتبة عليها للمؤسسة والمجتمع والدولة ككل.

اهداف الدراسة.

- التعرف على المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ومراحل تطورها واهم برامج تأهيلها.

- تسليط الضوء على موضوع هام وهو المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية والتعرف على مدى تبني المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية.

- التعرف على مدى معرفة أصحاب المصلحة ببرامج المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة ومدى رضاهم عنها. حدود الدراسة.

المقدمة العامة

لكل دراسة حدود مكانية وحدود زمانية، تتمثل الحدود المكانية المؤسسات عينة الدراسة، اما الحدود الزمانية فتمثل الفترة الزمنية التي طبقت فيها الدراسة مايلي:

الحدود المكانية: ويتعلق الامر باجراء دراسة ميدانية على مستوى مؤسسة "عبيدي" بولاية قالمة، حيث تم اخذ عينة من مجتمع الدراسة والمتمثل في موظفي وعمال المؤسسة وتطبيق محاور الدراسة عليهم.
الحدود الزمانية: تم اجراء الدراسة خلال شهر سبتمبر سنة 2020.
منهج الدراسة.

تعتمد أي دراسة وبحث علمي على منهج معين وبما ان الدراسة تهدف الى معرفة والكشف عن موضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية فان المنهج الذي تفرضه هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يساعد في معرفة واقع المشكلة موضوع البحث من خلال جمع المعلومات عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة.
كما استخدمنا المنهج التاريخي من خلال التطرق الى تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ونشأة ومفهوم المسؤولية الاجتماعية.

الدراسات السابقة.

في حدود اطلاع وعلم للباحث هناك جملة من الدراسات التي تناولت بعض مفردات الدراسة، وهي بذلك تخدم الموضوع في احدى جوانبه، وفيما يلي نورد اهم الدراسات.

- مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران. 2014.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول: ما تقييم ممارسة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لبرامج المسؤولية الاجتماعية؟
هدفت الدراسة الى: التعريف بالمسؤولية الاجتماعية من الجانب النظري والتطبيقي ومعرفة موقع المؤسسة الاقتصادية الجزائرية من مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى استجابتها للبرامج المرتبطة بهذا الموضوع إضافة الى تعريف رجال الاعمال بثقافة المسؤولية الاجتماعية وإبراز اثارها الإيجابية على المؤسسة والمجتمع.

من اهم ما خلصت اليه الدراسة ان المؤسسات محل الدراسة أظهرت انها لا تملك أي رؤية واضحة عن المسؤولية الاجتماعية كما ان هذه المؤسسات تقوم بممارسة مسؤوليتها الاجتماعية بدرجات متفاوتة حيث نجد ممارسة المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين والمستهلكين جيدة في حين نجدها متوسطة اتجاه البيئة والعاملين في حين تكاد تكون منعدمة اتجاه الموردين توصلت أيضا الدراسة الى انه اكبر عقبة تواجه المؤسسة في تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية هي المورد المالي حيث لم تجد هذه المؤسسات المصادر المالية لتمويل رامج المسؤولية الاجتماعية.

- فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية. أطروحة دكتوراه، جامعة اكلي محند اولحاج البويرة. 2019.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول: كيف يمكن للبنوك الإسلامية العاملة في الجزائر القيام بممارسة مسؤوليتها الاجتماعية من خلال الالتزام بمبادئ الاقتصاد الإسلامي؟

هدفت الدراسة الى: تأصيل مختلف المفاهيم الاساسية للمسؤولية الاجتماعية في الفكر الوضعي والإسلامي والتأكيد على ريادة وتميز الفكر الإسلامي واختلافه النوعي في نظرتة للمسؤولية الاجتماعية أيضا الكشف عن

المقدمة العامة

اهتمام البنوك الإسلامية بممارسة المسؤولية الاجتماعية بمختلف مجالاتها والتعرف على واقع تبني بنك البركة الإسلامي الجزائري للمسؤولية الاجتماعية ومدى الالتزام بها

اهم ما خلصت اليه هذه الدراسة ان مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات أصبح يحتل حيزا مهما على جميع الأصعدة والمجالات أيضا يرى الباحث وجود اختلاف في تطبيق المسؤولية الاجتماعية عند الغرب وعند المسلمين أيضا يرى الباحث انه رغم وجود المصادر المالية المخصصة للمسؤولية الاجتماعية الا ان انفاقها عليها يبقى ضعيفا وهذا راجع لقلّة الاهتمام والوعي بالمسؤولية الاجتماعية أيضا ان بنك البركة الجزائري لا يتوفر على إطارات مؤهلة ولها الخبرة الكافية في مجال المسؤولية الاجتماعية.

- عبا زهية، إشكالية ادماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية للمؤسسة. أطروحة دكتوراه. جامعة باتنة1، 2019.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول: الى اي مدى تنتهج المؤسسات محل الدراسة توجه استراتيجي يتبنى ترقية مفهوم المسؤولية من مجرد ممارسة طوعية الى ادماج وتطبيق أوسع ضمن ممارساتها الوظيفية؟

هدفت هذه الدراسة الى: تسليط الضوء على واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية ضمن الوظائف التقليدية للمؤسسات الجزائرية ومحاولة معرفة مدى إدراك مديري الوظائف بهذا المفهوم والعراقيل التي يواجهونها في ممارسته في البيئة الجزائرية إضافة الى الوقوف على أسباب التفاوت في ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية

اهم ما خلصت اليه هذه الدراسة ان المسؤولية الاجتماعية لا يمكن تجاهلها اليوم في ممارسات إدارة الاعمال وان الخطوات البطيئة والطابع البسيط هو ما يميز توجه الدول العربية نحو هذا المفهوم وان الظروف والأسباب التي تقف حائلا دون إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية هي نتاج بيئة الأعمال وفلسفة الإدارة العليا وكذا أسباب متعلقة بكل وظيفة إضافة الى غياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية عند المدراء.

صعوبات الدراسة.

لا يخلو أي جهد من الصعوبات وبالنسبة لصعوبات هذه الدراسة نوجزها فيما يلي.

- قلة المراجع المتعلقة بموضوع بالدراسة
- رفض جل المصانع اجراء دراسة ميدانية تتعلق بهم دون سبب مقنع
- غلق مكتبة الكلية مما صعب وجود مراجع متنوعة

هيكل الدراسة

تم تقسيم هذه الدراسة الى ثلاثة فصول فصلين نظريين وفصل تطبيقي تسبق هذه الفصول مقدمة تختص بتوضيح إشكالية الدراسة أهمية الموضوع أهدافه والمنهج المتبع وصعوبات الدراسة.

اما بالنسبة لمحتويات الفصول فهي كالآتي.

الفصل الأول بعنوان مدخل الى المؤسسة الاقتصادية الجزائرية حيث كان يحتوي على ثلاثة مباحث حيث تطرقنا في المبحث الاول الى ماهية المؤسسة الاقتصادية اما المبحث الثاني تطرقنا الى مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ليأتي بعده المبحث الثالث وتحدثنا فيه عن تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

المقدمة العامة

اما بالنسبة للفصل الثاني حيث خصص للحديث عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية وكان تحت عنوان الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية ويحتوي ثلاثة مباحث الأول تحت عنوان ماهية المسؤولية الاجتماعية والمبحث الثاني بعنوان اساسيات حول المسؤولية الاجتماعية ومبحث أخير بعنوان استراتيجيات، معوقات وعوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية.

- ثم فصل أخير بعنوان دراسة ميدانية لواقع تبني المؤسسة الاقتصادية الجزائرية للمسؤولية الاجتماعية مؤسسة عبيدي-ولاية قالمة وقسم هو الاخر الى ثلاث مباحث تطرقنا في المبحث الأول الى تقديم عام لمؤسسة عبيدي اما المبحث الثاني كان تحت عنوان منهجية الدراسة وخطواتها الإجرائية والمبحث الأخير تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

الفصل الأول

مدخل الى المؤسسات

الاقتصادية الجزائرية

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

تمهيد:

تعتبر المؤسسة الاقتصادية فاعلا ومحركا هاما للتنمية الاقتصادية، فهي تؤثر وتتأثر بمحيطها ولا يمكنها العيش بمعزل عن التغيرات والتطورات الحاصلة فيه، والمؤسسة الاقتصادية الجزائرية ليست بمنأى عن هذه التغيرات فمنذ نشأتها تعرضت للعديد من المشاكل والعراقيل لذلك سعت الحكومة الى وضع وتسطير برامج وسياسات تتماشى مع كل فترة لإبقاء هذه المؤسسات لأطول فترة ممكنة.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

المبحث الأول: ماهية المؤسسة الاقتصادية.

تعد المؤسسة نواة النشاط الاقتصادي والمحرك الأساسي لأي اقتصاد مهما كان حجم المؤسسة صغيرا او كبيرا، كما تعد أداة لتنمية المجتمع من خلال تفاعل مجموعة من العناصر البشرية والمادية وعناصر أخرى معنوية. **المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية.**

تختلف و تتنوع مفاهيم المؤسسة الاقتصادية حسب الزاوية التي ينظر اليها من خلالها ، وفيما يلي نستعرض بعض التعاريف والخصائص الخاصة بها .

أولا: تعريف المؤسسة الاقتصادية:

تعددت تعاريف المؤسسة الاقتصادية والتي نذكر منها مايلي:

تعرف المؤسسة الاقتصادية على انها " الوحدة التي تجمع فيها وتنسق العناصر البشرية والمادية للنشاط الاقتصادي"¹. كما تعرف على انها " هي وحدة قانونية سواء كانت شخص مادي او شخص معنوي، والتي تتمتع باستقلال مادي، واستقلال في صنع القرار، وتنتج سلع وخدمات"².

ويمكن تعريفها أيضا بانها " هي كل تنظيم اقتصادي مستقل ماليا في إطار قانوني واجتماعي معين، هدفه دمج موارد الإنتاج او تبادل السلع او الخدمات مع أعوان اقتصاديين اخرين بغرض تحقيق نتيجة ملائمة، وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي توجد فيه، وتبعا لحجمه ونوع نشاطه"³.

من التعاريف السابقة نخلص الى ان المؤسسة الاقتصادية هي: " اندماج مجموعة من العوامل البشرية والمادية والمالية لإنتاج سلع او تقديم خدمات بغية تحقيق اهداف معينة".

ثانيا: خصائص المؤسسة الاقتصادية.

تتميز المؤسسة الاقتصادية بعدة خصائص نذكر منها:⁴

- التحديد الواضح للأهداف:

والسياسة والبرامج وأساليب العمل فكل مؤسسة تضع أهدافا معينة تسعى إلى تحقيقها، أهداف كمية ونوعية بالنسبة للإنتاج، تحقيق رقم أعمال معين.

- المؤسسة وحدة اقتصادية:

أساسية في المجتمع الاقتصادي، فبالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج ونمو الدخل الوطني فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد.

- المؤسسة شخصية قانونية:

مستقلة من حيث امتلاكها الحقوق والصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها.

- القدرة على الإنتاج:

وأداء الوظيفة التي وجدت من أجلها، وأن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يوفر لها من تمويل كاف وظروف سياسية مواتية وعمالة كافية وقادرة على تكييف نفسها مع الظروف المتغيرة.

- خاصية الهيكلة الملائمة:

هذه الخاصية تعبر عن الكيفية التي يتم فيها تنظيم المسؤوليات واتخاذ القرارات والعلاقة بين الوظائف والأقسام الملائمة والفعالة مما يساعد على تحقيق الأهداف والأداء الجيد والحسن للمؤسسة.

¹ غول فرحات، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية، الطبعة الأولى، الجزائر، 2008، ص 08.

² رفيقة حروش، اقتصاد وتسيير المؤسسة، دار الامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 28.

³ ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الطبعة الثانية، الجزائر، ص 10.

⁴ إسماعيل عرباجي، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الطبعة الثانية، الجزائر، 1998، ص ص 10-11.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- خاصة دراسة السوق:

تقوم المؤسسة بدراسة السوق كخطوة أولى من أجل اقتحامه وهذا لأجل معرفة رغبات واحتياجات المستهلكين من النوعية والكمية والجودة حتى يتسنى لها الرفع من قدرتها الإنتاجية والاقتراب أكثر من المستهلكين

- ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها:

ويكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات أو عن طريق الإيرادات الكلية أو عن طريق القروض أو الجمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف.¹

المطلب الثاني: أهداف المؤسسة الاقتصادية.

من بين الاهداف التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها مايلي:²

اولا: الأهداف الاقتصادية.

تتمثل اهم الأهداف الاقتصادية فيما يلي:

- تحقيق الربح: يعتبر الربح من اهم المعايير الدالة على صحة المؤسسة اقتصاديا، نظرا الى حاجة المؤسسة الى أموال من اجل تحقيق الاستراتيجية في النشاط والنمو، حيث ان تحقيق الربح يسمح بتوسيع نشاطات المؤسسة، تجديد التكنولوجيات المستعملة وتسديد الديون، وطبعا تختلف درجة الاهتمام بالأرباح باختلاف المؤسسة من العمومية الى الخاصة.
- تحقيق متطلبات المجتمع: ان تحقيق المؤسسة للنتائج المسطرة يمر حتما عبر بيع الإنتاج المادي(السلع) وتغطية تكاليفها، فهي بذلك تحقق طلبات المجتمع.
- عقلنة الإنتاج: يتم ذلك من خلال الاستعمال العقلاني لعوامل الإنتاج، ورفع انتاجها بواسطة التخطيط الجيد والدقيق للإنتاج والتوزيع، بالإضافة الى مراقبة عملية تنفيذ هذه الخطط والبرامج، وهو ما يسمح بتحقيق رضا المستهلكين والإرباح وتدنية التكاليف.

ثانيا: الأهداف الاجتماعية:

تتمثل الأهداف الاجتماعية للمؤسسة فيما يلي:

- ضمان مستوى مقبول من الأجور مقابل المجهودات المبذولة من العاملين، وهو ما يسمح بتحسين مستوى معيشة العمال في ظل التطور السريع للمجتمعات تكنولوجيا، مما جعل رغباتهم تتزايد باستمرار (منتوجات جديدة...)، وبالتالي ما على المؤسسات إلا تحسين الإنتاج وتوفير إمكانيات مالية ومادية أكثر فأكثر للعامل.
- الدعوة الى تنظيم وتماسك العمال من خلال علاقات مهنية واجتماعية بين الأشخاص رغم اختلافاتهم في المستوى العلمي، الانتماء الاجتماعي والسياسي، لان ذلك هو السبيل الوحيد لضمان الحركية المستمرة للمؤسسة وتحقيق أهدافها، او بعبارة أخرى ترسيخ ثقافة المؤسسة لدى عمالها.
- توفير التأمينات والمرافق للعمال (التأمين الصحي، التأمين ضد حوادث العمل، التقاعد...)، فضلا عن المرافق العامة مثل التعاونيات الاستهلاكية والمطاعم.
- تحسين مستوى معيشة العمال: إن التطور السريع الذي شهدته المجتمعات في الميدان التكنولوجي يجعل العمال أكثر حاجة إلى تلبية رغبات تتزايد باستمرار، بالإضافة إلى التطور الحضاري لهم ولتغير أذواقهم وتحسينها.

¹ عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، الجزائر، 2006، ص 25.

² عامر حبيبة، دور المؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017، ص ص 9-11.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- إقامة أنماط استهلاكية معينة: تقوم المؤسسات الاقتصادية عامة بالتصرف في العادات الاستهلاكية لمختلف طبقات المجتمع، وذلك بتقديم منتجات جديدة بواسطة التأثير على أذواقهم عن طريق الإشهار والدعاية سواء لمنتجات قديمة أو جديدة، وهذا ما يجعل المجتمع يكتسب عادات استهلاكية غالبا ما تكون في صالح المؤسسة.
- امتصاص الفائض من العمالة ونجد ان المؤسسة الاقتصادية تركز في أهدافها الاجتماعية على العمال بتوفير الدعم الاجتماعي من تأمين وغير ذلك من جهة والمستهلكين بتوفير المنتجات حسب أذواقهم من جهة أخرى.

ثالثا: الأهداف التكنولوجية:

من خلال قيام المؤسسة بالبحث والتطوير، وذلك بتوفير إدارة خاصة بعملية تطوير الوسائل والطرق الإنتاجية علميا وترصد لها مبالغ كبيرة.

- البحث والتنمية: تطور المؤسسات أدى إلى توفير إدارة أو مصلحة خاصة بعملية تطور الوسائل والطرق الإنتاجية علميا، وترصد لهذه العملية مبالغ قد تزداد أهمية لتصل على نسبة عالية من الدخل الوطني في الدول المتقدمة، إذ تتنافس المؤسسات فيما بينها على الوصول إلى أحسن طريقة إنتاجية وأحسن وسيلة، مما يؤدي إلى التأثير على الإنتاج ورفع المردودية الإنتاجية.

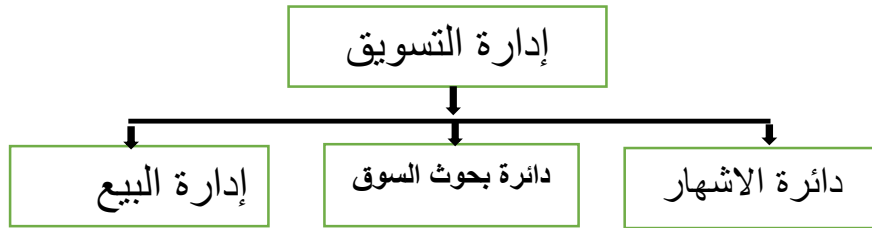
المطلب الثالث: وظائف المؤسسة الاقتصادية

للمؤسسة الاقتصادية العديد من الوظائف وتختلف هذه الوظائف باختلاف نوع وحجم المؤسسة وهي كالتالي¹.

1. وظيفة التسويق

هي الوظيفة المعنية بتقدير احتياجات المستهلك من أجل توجيهها لأنشطة البحث والتطوير لإنتاج السلع المطلوبة، من أجل بيع تلك السلع لتحقيق فائض أو ربح، والشكل التالي يبين أهم فروع وظيفة التسويق:

الشكل (1-1) وظيفة التسويق



المصدر: بن جيمة عمر، ثقافة المسير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد، -تلمسان -، 2015، ص ص 128.

-بحوث السوق: تستهدف البحث عن فرص التسويق، دراسة حاجات ورغبات المستهلك إتجاه الطلب وطبيعة التقلبات الموسمية في حال وجودها ويتم الحصول عليها من خلال بيانات وإحصائيات رسمية.

-البيع: هو هدف العملية الإنتاجية ووسيلة تحقيق الربح أو الفائض، تختلف قنوات البيع المستعملة وهيكله وسياساته تبعا لنوعية السلعة وظروف المنشأة.

-دائرة الاشهار. وهي المسؤولة عن الترويج والتسويق لمنتجات وخدمات المؤسسة.

2. وظيفة التمويل والمحاسبة

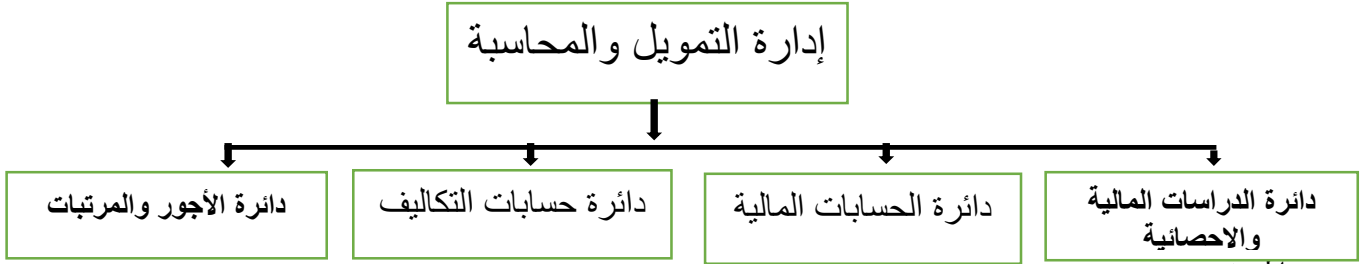
في كل مؤسسة وظيفة توفر لها موارد لتمويل حاجياتها العادية والطارئة، ونظرا لما يلعبه رأس المال في حياة المؤسسة، ونظرا لما يتطلبه من معرفة بالمحيط تعقدت فيه طرائق اقتناء رأس المال والتزاماته لفترات طويلة الأمد، أصبح الزما على المؤسسات

¹ بن جيمة عمر، ثقافة المسير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد، -تلمسان -، 2015، ص ص 128-131.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

إعطاء أهمية قصوى لهذه الوظيفة ووضعها بين أيدي خبراء يحسنون تقنيات وفنون الاستثمار، التخطيط والمحاسبة، من خلال الجدول التالي يمكن الإشارة إليهم أربعة دوائر تشملها إدارة التمويل والمحاسبة.

الشكل (1-2): وظيفة التمويل والمحاسبة



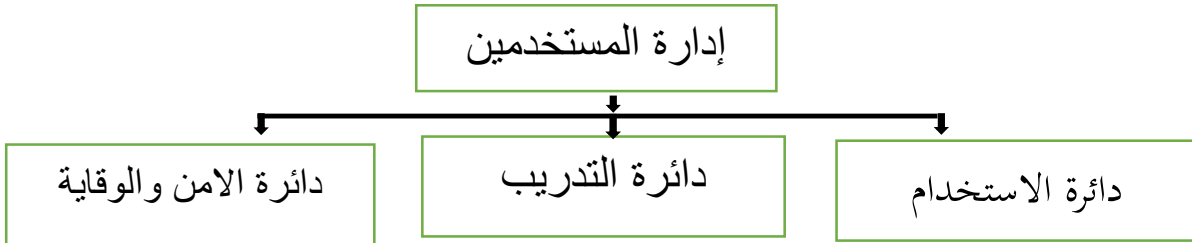
المصدر: بن جيمة عمر، مرجع سبق ذكره، ص 129.

-الدراسات المالية والإحصائية: تقديم المعلومات وإجراء الدراسات المالية والتحليلية اللازمة لاتخاذ القرارات.
-الحسابات المالية: يعني ضبط العمليات والحسابات التجارية وفقا لأصول المحاسبة المتفق عليها مثل دفتر الأستاذ، ميزانية محاسبية أو مالية، جدول حسابات النتائج... الخ.
-حسابات التكاليف: يتم تصنيف التكاليف وتحليلها قصد التوصل إلى تحديد التكاليف المرحلية وحسابات التكلفة النهائية لكل المنتجات أو الخدمات.

-الأجرور والمرتبات: تتخذ الإجراءات اللازمة لحساب الأجرور والمرتبات وفقا لمعطيات المنشأة

3. وظيفة الموارد البشرية: يشكل الأفراد العنصر الحي والأكثر أهمية في التنظيم، وتشكل كتلة الأجرور والمرتبات أكبر قيود التكاليف، لذا فإنه البد من التأكد من صالحية العاملين وتأهيلهم من كونهم في أماكنهم المناسبة. من كون شروط عملهم حسنة ومشجعة على بذل الجهد وتكريس الطاقات من أجل العمل ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل (1-3): وظيفة الموارد البشرية

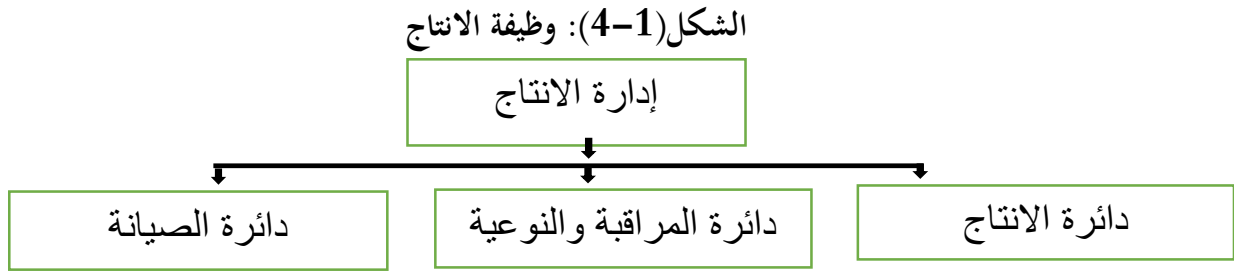


المصدر: بن جيمة عمر، مصدر سبق ذكره، ص 130

-الاستخدام: الاعتناء بأمور التوظيف والترقية والانضباط وتدرج المناصب والتعويض.
-التدريب: هدفه تأمين الفرصة لكل عامل أو موظف لاكتساب المعرفة والمهارة اللتين تساعدانه على أداء عمله على أحسن وجه يستطيع.

-الأمن والرفاهية: للتأكد من أن محيط العمل مأمون المخاطر.

4. وظيفة الإنتاج: وهي الوظيفة الأساسية التي تستقل بها في أغلب الأحيان خلية أو وحدة نظامية، وهي التي تتكفل بتحويل الواردات إلى صادرات تجلب بها الربح، فمن المعلوم أن المنتج أصبح يخضع في كل المجالات لتقنيات وتكنولوجيا متطورة، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:



المصدر: بن جيمة عمر، مرجع سبق ذكره ص 131.

5: وظيفة التمويين:

التمويين كمجموعة من مهام والعمليات، يعين العمل على توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليها من خارج المؤسسة، بكميات وتكاليف ونوعيات مناسبة طبقا لبرامج وخطط المؤسسة. ومن هذا التعريف يتضح لنا أن وظيفة التمويين تنقسم إلى مهمتين فرعيتين: مهمة الشراء ومهمة التخزين. مهمة الشراء: هي مجموعة من الأنشطة التي تختص بتوفير مستلزمات النشاط من خارج المؤسسة بالكمية والجودة والأسعار المناسبة، ويف التوقيت والمصدر المناسبين. مهمة التخزين: هي مجموعة من الإجراءات والأعمال التي تقوم بها المؤسسة على أساس أنظمة محكمة، ووفق صيغ معينة وعبر أجهزة مختصة، لتأمين الإمداد المستمر بالمستلزمات السلعية لعمليات التشغيل في الزمن المحدد وبالكمية والنوعية المطلوبتين.¹

المطلب الرابع: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية.

للمؤسسة الاقتصادية العديد من التصنيفات يمكن ذكرها كمايلي :

اولا: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية حسب المعيار الاقتصادي: تصنف الى:²

1: المؤسسات الصناعية: تنقسم إلى نوعين وتشترك كلها في خاصية الإنتاج.

- مؤسسات الصناعة التقليدية.

- مؤسسات الصناعة الخفيفة.

2: المؤسسات الفلاحية: هي المؤسسات التي تهتم بزيادة إنتاجية الأرض واستصلاحها وتقديم منتجات نباتية وحيوانية وسمكية.

3: المؤسسات التجارية: هي المؤسسات التي تهتم بالنشاط التجاري البحث، ويتمثل نشاطها في نقل السلع وتوزيعها من أماكن التصنيع إلى أماكن الاستهلاك.

4: المؤسسات المالية: هي المؤسسات التي تقوم بالنشاطات المالية كالبنوك، مؤسسات التأمين... الخ ي.

5: مؤسسات الخدمات: هي المؤسسات التي تقدم خدمات معينة كالنقل والبريد والمواصلات.

ثانيا: تصنيفات المؤسسات الاقتصادية حسب المعيار القانوني: تصنف الى:³

1: المؤسسات الفردية: هي المؤسسات التي يمتلكها شخصا واحد، ولهذا النوع من المؤسسات عدة مزايا منها:

- صاحب المؤسسة هو المسئول الأول والأخير عن نتائج أعمال المؤسسة.

¹ علي الشرفاوي، المشتريات وإدارة المخازن، الدار الجامعية، لبنان، 1995، ص 20.

² ناصر داداي عدون، مرجع سبق، ص. 55

³ عثمان لخلف، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2004، ص 4-5.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- صاحب المؤسسة هو الذي يقوم لوحده بإدارة وتنظيم وتسيير المؤسسة ولها أيضا عدة عيوب نذكر منها:

- قلة رأس المال وهذا مادام صاحب المؤسسة لوحده يمدّها بعنصر رأس المال.
 - صعوبة الحصول على القروض من المؤسسات المالية.
 - قصر وجهة النظر وضعف الخبرة لدى المالك الواحد، مما يعرض المؤسسة لمشاكل فنية وإدارية.
 - مسؤولية صاحب المؤسسة غير محدودة فهو مسئول عن كافة ديون المؤسسة.
- 2: الشركات: وهي مؤسسات تعود ملكيتها إلى شخصين أو أكثر، يلتزم كل منهم بتقديم حصة من المال والعمل، واقتسام ما قد ينشأ عن هذه المؤسسة من ربح أو خسارة، ويمكن تقسيمها إلى شركات الأشخاص، وشركات الأموال.
- 1.2: شركات الأشخاص: وهي، شركات التضامن، شركات التوصية البسيطة، الشركات ذات المسؤولية المحدودة. ولهذا النوع من الشركات مزايا وعيوب:

● المزايا:

- سهولة التكوين فهي تحتاج فقط إلى عدة شركاء، نظرا لوجود عدة شركاء يمكن أن يختص كل منهم بمهمة معينة فيسهل بذلك تسيير المؤسسة.
- من خصائص المسؤولية التضامنية انها تجعل الشركاء يتفانون ويخلصون في أعمالهم أكثر من اجل تقدم المؤسسة وبالتالي تحقيق الربح.
- زيادة القدرة الآلية للمؤسسة بسبب تضامن الشركاء، كما تسهل إمكانية الحصول على القروض.

● العيوب:

- حياة الشركة معرضة للخطر نتيجة انسحاب أو وفاة أحد الشركاء.
- مسؤولية غير محدودة للشركاء.
- وجود عدة شركاء قد يثير بعض المنازعات وسوء التفاهم وتناقض وتعارض بعض القرارات مما يعود بالسلب على المؤسسة.
- في حالة حدوث منازعات أو سوء تفاهم تنشأ صعوبة بيع حصة أي منهم، كما تنشأ صعوبة التنازل عن حصة الشركاء

2.2: شركات الأموال: كشركات التوصية بالأسهم وشركات المساهمة.

□ المزايا :

- مسؤولية المساهمين محدودة بقيمة أسهمهم وسنداتهم إمكانية الحصول على الرّوض بشكل أسهل وأسرع.
- حياة المؤسسة أكثر استقرارا.
- إمكانية استخدام ذوي المهارات والكفاءات العالية.

□ العيوب :

- تخضع إلى رقابة حكومية شديدة بسبب عدم وجود حافز الملكية قد ينتج عن ذلك عدم الاهتمام الفعال بشؤون الشركة من قبل مسيرها غير المساهمين.
- وهناك أيضا من يقسم المؤسسة الاقتصادية حسب هذا المعيار إلى:
- مؤسسات خاصة: وتندرج ضمنها: المؤسسات الفردية والشركات.
- المؤسسات العمومية: وتندرج ضمنها المؤسسات التابعة للوزارات والمؤسسات النصف عمومية أو المختلطة.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

ثالثا: تصنيفات المؤسسة حسب معيار الحجم¹:

حيث يعتمد هذا النوع من التصنيفات على مجموعة من المقاييس مثل حجم الأرض أو المحل المادي، حيث يرتبط القياس والمقارنة بالمساحة المستعملة أو عدد المباني المكونة للمحل، ويمكن أن يعتمد أيضا على حجم رأس المال، وتصنف المؤسسات حسب هذا النوع إلى: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات الكبيرة.

1: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: وهي التي تضم اقل من 250 عامل وقد قسمت إلى:

- مؤسسات مصغرة من 1 الى 9 عمال

- مؤسسات صغيرة من 10 إلى 49 عامل

- مؤسسات متوسطة من 50 إلى 250 عامل.

2: المؤسسات الكبيرة: وهي ذات استعمال يد عاملة أكثر من 500 عامل ولها دور معتبر في الاقتصاد الرأسمالي لما تقدمه سواء على المستوى الوطني الداخلي أو على مستوى السوق الدولية.

المبحث الثاني: تطور وتأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

شهد تطور المؤسسة الاقتصادية في الجزائر منذ استرجاع السيادة الوطنية عدة محطات، استمدت كل محطة مضمونها من متطلبات داخلية وخارجية، ولقد ابرزت من خلالها السلطات العمومية الإصلاحات التي طبقتها لحصر المشاكل التي كانت تعاني منها المؤسسة الاقتصادية.

المطلب الاول: المؤسسة الاقتصادية في مرحلة ما قبل 1980.

اعتمدت عملية البناء الاقتصادي والاجتماعي في هذه المرحلة على ما يسمى بالريع النفطي الذي يعتبر الينبوع المتدفق في تغذية وتعويض ميزانيات المؤسسات العمومية ويمكن تقسيم هذه المرحلة الى عشرينيتين².

اولا: الفترة الأولى (1962-1970): ويمكن تقسيمها الى مرحلتين:

1. مرحلة التسيير الذاتي: التي أعقبت الاستقلال مباشرة وامتدت الى حوالي 1965 "المؤسسة المسيرة ذاتيا" وتعتبر هذه التجربة للمؤسسات الاقتصادية تكريسا لتوجهات سياسة معينة، ذلك ان الأساليب والتقنيات المعتمدة لضمان التنمية الاقتصادية قد سادتها وطغت عليها فكرة الأيديولوجية الاشتراكية.

2. مرحلة التسيير البيروقراطي: والتي امتدت حتى سنة 1970، حيث تقلص حجم المشاركة العمالية الى درجة كبيرة، وتعتبر هذه الفترة فترة هيمنة الدولة على القطاع العام والاستمرار في إضفاء الطابع الاشتراكي للمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي التجاري، كما عرفت هذه المرحلة تراكمات كثيرة من التجارب والإصلاحات المتكررة في خضم سيرة التنمية الوطنية، بحيث بادرت السلطة السياسية آنذاك الى ذلك الارتباط بالفرنك الفرنسي قصد تقليص التبعية اتجاه الخارج، وبعث قطاع اقتصادي تابع للدولة يأخذ في عاتقه عملية البناء الاقتصادي والاجتماعي.

تميزت هذه الفترة بخصوصية المبادرة بمجموعة من التأمينات للشركات الأجنبية العاملة بالجزائر آنذاك، والتي كانت فرنسية في معظمها وباعتبار ان سنة 1965 نقطة الانطلاق والاساس، حيث تمت صياغة الأهداف المتوخاة من البناء الاقتصادي والاجتماعي ضمن استراتيجية تنموية تهدف بالدرجة الأولى الى:

- العمل على استغلال الثروات الوطنية التي تزخر بها البلاد.

- قطع دابر التبعية الاقتصادية من خلال بعث قطاع صناعي قوي يأخذ على كاهله انتاج الصناعات المختلفة.

- بعث تكامل منسجم بين القطاعات المشكلة للاقتصاد الوطني، لاسيما فيما بين القطاع الصناعي والزراعي.

من اهم نتائج الفترة الأولى (1962-1970):

¹ خبايا عبد الله، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2013 ص19.

² عامر حبيبة، مرجع سبق ذكره، ص16

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- التوسع في عمليات التأميم للاحتكارات الأجنبية وخاصة في المجال الصناعي باعتباره المتعامل الرئيسي لعملية التصنيع المستهدفة آنذاك.
- بعث مؤسسات وطنية بديلة عن هذه الاحتكارات، تضطلع بعمليات البناء والتشييد لمواكبة مخططات التنمية الوطنية عن كثب.
- اعتبار المؤسسات الوطنية العمومية الركيزة الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية وفرض نفسها، لاسيما تبنيها نموذج منفرد للتنمية المستقلة.
- التركيز على اظهار المؤسسة الوطنية العمومية الى حيز الوجود باعتبارها هدفا في حد ذاته.
- الاعتماد على الأسلوب التقليدي التلقائي في تنظيم وتسيير المؤسسة، وذلك لاعتبارات قلة الإطارات الكفؤة والمؤهلة، انعدام التجربة الكافية لها.

ثانيا: الفترة الثانية (1971-1980):

وهي فترة أسلوب التسيير الاشتراكي للمؤسسات، فترة الانتقال من شكل المؤسسة العامة او المشروع العام، الى شكل المؤسسة الاشتراكية، وكان هذا بتأثير عوامل عدة أهمها اعتبار تجربة التسيير الذاتي بكل إيجابياتها وسلبياتها باعثا على ضرورة إيجاد صيغة لتجسيد المشاركة الفعالة في التسيير، وكذلك تحول تسيير المؤسسة الوطنية العمومية من الأسلوب التقليدي الى أسلوب جديد يتخذ من العاملين عناصر نشطة تضطلع بمهام التسيير والرقابة من خلال مساهمتهم الفعلية في ذلك، إضافة الى ذلك تتجسد المشاركة العمالية في تسيير المؤسسة الوطنية العمومية، وفقا لميثاق التسيير الاشتراكي للمؤسسات، من خلال المجلس المنتخب الذي يسهر على حسن تسيير المؤسسة، وعلى زيادة الإنتاج وعلى التحسين المستمر للجودة، وعلى القضاء على التبذير ومراعاة النظام في العمل وتحقيق اهداف المخطط. اعتمد النموذج أساسا على المشروعات المصنعة واعتبرت المؤسسة الاقتصادية العمومية بمثابة المحرك الذي يضمن دفع النموذج لتحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية المرجوة، حيث يسعى النموذج الى بناء جهاز انتاجي عصري مملوك من طرف الدولة، وهو النموذج الشائع في تلك الفترة والمعتمد على الصناعات المصنعة بالدرجة الاولى، حيث ورثت الجزائر عن فرنسا غداة الاستقلال 450 مؤسسة أغلبها ذات طابع فلاحي إلا انها كانت تعاني العديد من العراقيل والمشاكل، كهجرة الإطارات المؤهلة للتسيير وشح الموارد المالية التي تضمن التسيير العادي لتلك المؤسسات، ومن هنا تمثلت إجراءات النموذج المتبع، في استرجاع المؤسسات التي تحقق السيادة وتحقق التنمية الاقتصادية على حد سواء.

المطلب الثاني: مرحلة استقلالية المؤسسات (ما بعد سنة 1980)

كانت المؤسسة العمومية بحكم التجربة المحققة المستهدفة آنذاك لعملية اصلاح شامل تأخذ على عاتقها الفعالية والكفاءة، أو المهارة التي يمكن تحقيقها نتيجة حرية العمل وحرية أخذ القرار للارتقاء بمستوى أداء المؤسسة وتحفيزها على النشاط الموكل اليها الى مستوى الأهداف المرجوة في هذه المرحلة، وهذا ما أكده الميثاق الوطني لسنة 1986 في صنع المزيد من الاستقلالية الاقتصادية قصد تحسين فعاليتها سواء على مستوى نموها الخاص أو على مستوى مساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والشاملة خاصة عن طريق احترام معايير الإنتاج والإنتاجية، وعن طريق تحكم افضل في قواعد التسيير. ومما تجدر الإشارة اليه انه سبق عملية استقلالية المؤسسات اجراءان في عام 1980 تمثلا فيما يلي:

اولا: إعادة الهيكلة العضوية: وكان الغرض منه هو تحويل مؤسسات القطاع العام الى مؤسسات صغيرة الحجم وأكثر تخصصا وكفاءة. ولقد كان تعداد المؤسسات الوطنية آنذاك 85 مؤسسة وتعداد المؤسسات الجهوية والمحلية 526 مؤسسة، وكان العمل المستهدف هو تفتيت الأولى الى 145 مؤسسة والثانية الى 1020 مؤسسة. ولقد أسهمت هذه الإجراءات في زيادة الناتج الوطني.

ثانيا: إعادة الهيكلة المالية:

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

وتعتبر بمثابة إعادة توزيع جغرافي لمراكز اتخاذ القرار وتوزيع لإعادة الهيكلة العضوية وكان الغرض منها إعادة هيكلة ديون المؤسسة بإعادة تنظيم سجلات استحقاقات الفائدة ورأس المال وتصفية الذمم بين المؤسسات. كما يهدف هذا الإصلاح الى ما يلي:

- إعادة تنظيم المؤسسات الوطنية العمومية وتجنبها التشوّهات والنقائص والانحرافات التي واكبت المرحلة السابقة.
- إعادة ترتيب أولويات المهام المنوطة بالمؤسسة في إطار هذا التوجه الجديد. كما يرتكز هذا الإصلاح على مبادئ نوجزها فيما يلي
 - استغلال الطاقات البشرية: يعتبر العنصر البشري بالغ الأهمية للمؤسسة لذلك انصب السعي على النظر في توزيع واستغلال هذه الطاقات البشرية على مستوى الوحدات والفروع الإنتاجية عوضا ان تتمركز في مقراتها الرئيسية وتهمش عن اختصاصها ومنصب عملها الفعلي.
 - ✓ كفاءة التسيير: لتحقيق اهداف المؤسسة وبلوغ غاياتها المخططة، وذلك برد الاعتبار الى المعايير والمؤشرات الاقتصادية الكفيلة بتمكين المؤسسة من قياس مدى فاعليتها وكفاءتها.
 - ✓ اللامركزية في التصرف: وذلك بالنظر في أسلوب اللامركزية المفرطة للموارد المالية سواء الداخلية منها او الخارجية وبعث ميكانيزمات جديدة لتمكين المؤسسة من التصرف في مواردها المتاحة بسهولة وبحكمة، وإلغاء تمركز الإطارات والكفاءات البشرية بالمقرات الرئيسية.
 - ✓ تفادي سلبيات المرحلة السابقة: وذلك من خلال إعادة النظر في المواضيع التالية:
 - تعدد المهام وكثرة الوظائف الملحقة بالمهام الرئيسية للمؤسسة.
 - كبر الحجم من خلال إعادة تقسيم العمل الى مجموعة الوحدات المشكلة للمؤسسة الواحدة.
 - استيعاب التكنولوجيا وذلك بإرساء هيكل تكوين وتدريب كفيلة بذلك.
- التوزيع الجغرافي والقطاعي للمشاريع، والاعتماد على الخارطة الاقتصادية للوطن والتنوع في المشاريع الجهوية وتوزيع الكفاءات البشرية عبر ارجاء البلاد¹.

المطلب الثالث. المؤسسة الاقتصادية ما بعد 1990.

لم تحقق عملية إعادة هيكلة المؤسسات الاقتصادية العمومية التي تمت في المرحلة السابقة الأهداف المنتظرة منها، و أمام الوضعية الصعبة التي مر بها الاقتصاد الوطني خلال الثمانينيات، أين شهدت أسعار البترول انخفاضا كبيرا، الشيء الذي جعل الدولة في وضع مالي حرج، و للخروج من هذه الوضعية الصعبة جاءت الإصلاحات الاقتصادية التي تراكفت مع الإصلاحات الجذرية في المجال السياسي، و التي انبثقت عن الدستور الجديد لسنة 1989 الذي كرس التعددية السياسية و حرية التعبير، و قد تمثلت الإصلاحات الاقتصادية الجديدة في إعطاء الاستقلالية للمؤسسات العمومية، حيث تغير شكلها القانوني و أصبحت شركات مساهمة أو شركات محدودة المسؤولية تعود ملكية كل أسهمها أو حصصها للدولة، و بهذا أصبحت هذه المؤسسات ذات شخصية معنوية لها رأسمال وتتمتع بالاستقلالية المالية، و تسيير طبقا لمبدأ الربحية، و بالتالي تم الفصل بشكل واضح بين حق الملكية من جهة، و الإدارة و التسيير من جهة أخرى، فالدولة مالكة رأس المال هذه المؤسسات لكن لا تسييرها.

لكن رغم هذه الاستقلالية التي منحت للمؤسسات العمومية إلا أنها لم تستطع الخروج من وضعية العجز وسوء التسيير التي ميزتها تراكمات ضعف ضبط تنظيم وتسيير المراحل السابقة، مما زاد في تأزم الاقتصاد الوطني وزاد من ثقل العبء المالي للدولة، خاصة أمام الضائقة المالية التي عرفتها البلاد خلال هذه المرحلة جراء انخفاض أسعار البترول، و ارتفاع حجم المديونية و خدمتها، مما تسبب في ارتفاع التضخم إلى أكثر من (30%) و ارتفاع نسبة البطالة التي تجاوزت (25%) و كذا

¹ بن عنتر عبد الرحمان، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وأفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد الثاني، جوان، 2002، ص114.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

اختلال في ميزانية الدولة الناتج عن عجز مؤسسات القطاع العام التي أصبحت تمتص 5/4 من إيرادات الصادرات ، وهذا كله ادخل الاقتصاد في حالة ركود شامل.

وأمام هذه الوضعية الصعبة قامت الدولة بإعادة الهيكلة الاقتصادية والصناعية للمؤسسات العمومية، وذلك وفق ركيزتين أساسيتين.¹

- إعادة الهيكلة للمؤسسات الاقتصادية: وهي تخص المؤسسات الإستراتيجية والتي ترغب الدولة في الاستغناء عنها، وذلك من خلال إتباع برنامج تعديل هيكلية وفق خطة متوسطة الأجل، عن طريق عقد نجاعة بين الجهات المعنية (البنوك، الوزارة الوصية)، والهدف من هذه العملية هو الوصول بهذه المؤسسات لتحقيق فعالية وكفاءة تمكنها من دخول اقتصاد السوق بكل ثقة.

- عملية الخصخصة: وتمس المؤسسات غير الإستراتيجية التي ترغب الدولة في التنازل عنها للخواص.

المبحث الثالث: تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

ان تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لم يأتي صدفة بل كان نتيجة ظروف معينة مثل سريان مفعول اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي إضافة الى وصول المفاوضات مع المنظمة العالمية للتجارة الى مراحلها الأخيرة مما حتمت على المؤسسة الاقتصادية الجزائرية رفع التحدي وان تمضي قدما.

المطلب الأول. تعريف تأهيل المؤسسة الاقتصادية.

يمكن تعريف تأهيل المؤسسة الاقتصادية بأنه " مجموعة من الإجراءات التي وضعت خصيصا للدول النامية التي تمر بمرحلة انتقال لتسهيل اندماجها ضمن الاقتصاد الدولي الجديد، والتكيف مع مختلف التغيرات"²

كما يمكن تعريفه بأنه " التأهيل عملية معايرة تهدف الى الرفع من إنتاجية المؤسسة مقارنة بمستوى اقوى منافسيها وتكون هذه العملية مستمرة وتهدف الى احداث القطيعة مع المكتسبات الثقافية السابقة، ويتم ذلك باعتماد مقارنة بعض المؤشرات الأساسية للمؤسسة مع نظيراتها في المؤسسات المنافسة وتحضير مخطط شامل لتحسين مختلف وظائف المؤسسة ومتابعة إنجازها وفق ما هو معد مسبقا للوصول الى تقوية القدرة التنافسية لمؤسسة ولو نسبيا بالرغم من المنافسة الشديدة والقوية من طرف المؤسسات الأخرى"³

نعني كذلك بالتأهيل " على انه عملية مستمرة للتمهين والتفكير، المعلومات والتثقيف لغرض اكتساب وضعيات جديدة، أساليب تفكير وسلوكيات، طرائق تسيير ديناميكية مبتكرة، وترجم عملية التأهيل ب:⁴

- تبني ممارسات جيدة للتسيير متكيفة مع كل تطور،
- تقوية الموارد البشرية (التأطير والتكوين)،
- الفهم الجيد للسوق وتموضع المؤسسة،
- تطبيق استراتيجية للتنمية، البحث الدائم للابتكار.

المطلب الثاني: دوافع تأهيل المؤسسات الاقتصادية.

لتأهيل المؤسسات الاقتصادية عدة أسباب نذكر منها:

¹ ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص 190.

² ابتسام بوشويط، الاية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة -، 2010، ص 28.

³ صابرين زيتوني، الشراكة الاجنبية كأداة لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. أطروحة دكتوراه، تخصص تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية والتسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -، 2017، ص 108.

⁴ بلال شيخي واخرون، برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر المأمول والواقع، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، الجزائر، يومي 6 و7 ديسمبر 2017، ص 3.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

اولا: الدوافع الداخلية: وتتمثل في:

- تميز المؤسسات الجزائرية بضعف التسيير والتكوين وذلك لعدم اتباعها للأساليب الحديثة في الإدارة والتسيير، بالإضافة الى عدم وجود تنظيم اداري واضح للعالم لسير العمل في اقسام وادارات المؤسسة، كما انه لا تلجا المؤسسات الى تدريب وتكوين عمالها نتيجة لل صعوبات المالية، بالإضافة الى غياب ثقافة الاستثمار في العنصر البشري وعدم ملائمة نظم التعليم والتدريب لمتطلبات التنمية.
- عدم تلاؤم نمط التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع مثيلاتها في الخارج بحيث بقي نظام تسيير هذا النوع من المؤسسات قديم لا يتماشى مع متطلبات الاقتصاد التنافسي.
- المشاكل المتعلقة بالمحيط كمشكل العقار والذي يتمثل في غياب الإطار القانوني والتنظيمي الذي يحدد طرق وكيفيات واجال الحصول عليه.
- صعوبة الحصول على المعلومة وبطيء الإجراءات الإدارية، الصعوبات الجبائية، انتشار القطاع الغير رسمي.
- الصعوبات الفنية فمن المشاكل الفنية التي تعترض المؤسسات الجزائرية ارتفاع تكلفة الحصول على المعدات والآلات والمواد الأولية نظرا لاستيرادها من الخارج وبكميات قليلة لا تؤهلها للحصول على خصومات او تخفيضات تجارية، وهذا ما يؤثر على ارتفاع أسعار تكلفة الإنتاج وانخفاض هامش الربح فضلا على ان عملية فتح اعتماد مستندي وتوفير النقد الأجنبي تشكل عائقا في حد ذاته.

ثانيا: الدوافع الخارجية:

- نظرا لقلّة خبرتها في العمليات التسييرية والتنظيمية للمشاريع الاقتصادية تسعى المؤسسات الجزائرية الى الاحتكاك بالمحيط الدولي، وهذا من خلال عقود الشراكة التي تقوم بها، او منم خلال انضمامها لمنظمة التجارة العالمية الامر الذي فتح عليها باب المنافسة الشرسة، وحتم على الدولة الجزائرية ضرورة تأهيل نسيجها الاقتصادي¹. إضافة الى عدة دوافع أخرى وتتمثل في:²
- التوجه نحو اقتصاد السوق: تعتبر نية التخلي عن اقتصاد موجه وتبني اقتصاد مفتوح اول سبب في تبني هذا البرنامج والتوجه هذا يتطلب بناء مؤسسات اقتصادية على أسس صحيحة تعتمد على مبدأي الكفاءة والمردودية من اجل مواجهة المنافسة الدولية.
 - الشركات العالمية: وهي تنقسم الى شركات متعددة الجنسيات: وهي مؤسسات ذات كفاءات فنية وإدارية عالية الجودة وهذا ما يمثل خطر تنافسي كبير على المؤسسات الجزائرية، وبالتالي هذا ما جعل هذه الأخيرة تتبنى التأهيل الوظيفي لمؤسساتها الشركات العابرة: وهي شركات احتكارية ولدت من رحم المنافسة الرأسمالية وهي توصف حالة اندماج ما بين شركات من عدة جنسيات تبحث عن يد عاملة رخيصة ومواد أولية وفيرة وبدا ذلك بالشركات الفرنسية لإنتاج السيارات وعلى الجزائر تقديم باقي عوامل الإنتاج كهدية ثمينة.
 - الشراكة الأورو متوسطية: فهي شراكة توقع بين الاتحاد الأوروبي ومنطقة البحر الأبيض المتوسط، حيث تعتبر وسيلة لمواكبة التحولات الجديدة في المنطقة مما يتطلب تغيرا جذرية في بنائها الاقتصادية والاجتماعية، ويفترض ان تقوم الشراكة بينهما على مبدا المصالح المشتركة، وهي تهدف الى ربط الاقتصاديين على المدى البعيد، حيث في 22 افريل تم توقيع الشراكة الأورو جزائرية، لكنها دخلت حيز التنفيذ في 2005، وما يترتب عنها نزع وتخفيض في التعريفات الجمركية خلال 12 سنة، وانشاء منطقة التبادل الحر ويقسم هذا الاتفاق الى مرحلتين هما: أولا

¹ صابرين زيتوني، مرجع سبق ذكره، ص ص 110-111.

² سهيلة خيرة فاندي، واقع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل تحديات اقتصاد السوق، أطروحة دكتوراه، تخصص تحليل نقدي، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان - 2016، ص ص 236-240.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

الاعفاء الضريبي لكل السلع نصف المصنعة والمواد الأولية، وثانيا عند الوصول الى المرحلة الأولى كاملة تأتي مرحلة الاعفاء الضريبي الكامل لجميع السلع التي تدخل الجزائر او تخرج منه.

- عدم استقرار المحيط: ان عدم استقرار المحيط وتطوره الدائم جعل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مجبرة على إعادة النظر في نماذجها لوضع الاستراتيجيات وأساليب تسييرها وتنظيمها وذلك من اجل إمكانية التكيف مع المحيط.

- العولمة الاقتصادية: مع بداية التسعينات من القرن الماضي شهد العالم ظهور مفاهيم جديدة على صعيد العلاقات الاقتصادية والتجارية الدولية، أهمها ما اطلق عليه اسم العولمة الذي أدى الى تزايد الشعور بالحاجة لمزيد من التعاون بين الدول، فالعولمة هي نظام جديد يراد به توحيد العالم في اطار واحد، ومن هنا اطلق عليه البعض النظام العالمي الجديد ويقصد به اندماج أسواق العالم في حقول التجارة والاستثمارات المباشرة وانتقال رؤوس الأموال والقوى العاملة والثقافات ضمن اطار من راس مالية حرية الأسواق وما نجم عن هذا مجموعة من المظاهر.

• التطور المتنامي في تكنولوجيا الاعلام والاتصال حيث أدت الى فرص التعاون والتحالف بين الشركات في صور مختلفة وان هذه الظاهرة تستوجب مسايرة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لهذا التطور المتنامي، وهذا لن يأتي الا من خلال تأهيل المؤسسة من خلال هذا الجانب، لان التطور تكنولوجيا الاتصال سمحت بإلغاء حواجز المسافات والوقت مما يسهل عملية الاتصال بكل انحاء العالم وبسرعة وبالتالي اسماح للمسيرين بالاتصال مع نظرائهم من الشركات الأجنبية.

• التكتلات الإقليمية: بدأ ظهور التكتلات الإقليمية في نهاية الخمسينات 1959 مع ظهور السوق الأوروبية المشتركة، ليلها تكتب جنوب افريقيا فسوق أمريكا الشمالية ثم الجنوبية، وبالتالي أصبحت هذه التكتلات دافعا من بين دوافع تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

- شهادة الايزو وتأثيرها على المؤسسة الاقتصادية: أصبحت الايزو هدف كل مؤسسة التي تبحث عن البقاء والاستمرارية حيث المؤسسة الحاملة لهذه الشهادة تمنحها القدرة على المنافسة، حيث أصبحت الأسواق العالمية لا تطلب الا السلع والخدمات المتوافقة مع نظام الجودة العالمية كأحد المعايير الأساسية، وهذا لا يمكن ان يكون الا من خلال انتهاج المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لبرامج التأهيل من اجل الحصول على هذه الشهادة وضمان استدامة هذه المؤسسة.

المطلب الثالث: متطلبات تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

حتى تتم عملية التأهيل هناك عدة متطلبات نذكر منها:

- عصنة التجهيزات: وذلك لرفع الكفاءة الإنتاجية وكذا تحقيق أكبر عائد بأقل تكاليف ممكنة
- نظم التنظيم والتسيير: وهذا بتنمية ثقافة المسيرين، وكذا قدراتهم الفكرية والمهنية لاكتساب أفكار تمكثهم من التحكم في البيات التوقع ومواجهة كل المخاطر، وكذا التدخل في توجيه السياسة العامة داخل المؤسسة في مجالات التفكير الاستراتيجي، وكذا طرق جمع المعلومات الاستراتيجية بالإضافة الى معرفة منافسي المؤسسة، وهي تعتبر خطوة مهمة نحو تحسين تنافسيتها، لذلك يستوجب على المؤسسة تعيين مسؤول يهتم بجمع المعلومات المتعلقة بالمنافسين ويتوقف ذلك على قدرة المؤسسة على إحصاء هذه المعلومات وعلى كيفية استخدامها.
- تأهيل الموارد البشرية: ان العامل الأهم الذي يمكن ان يوفر للمؤسسة الميزة التنافسية هوم افرادها، لان الافراد الزودين بالمعارف مسالة محورية لذلك فان التأكيد على ضرورة تأهيل الموارد البشرية على مستوى المؤسسة ينبع من عدة عوامل أهمها:

✓ زيادة الوعي بأهمية الموارد البشرية وأهميتها كأصل من أصول المؤسسة.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- ✓ تأثير تكنولوجيا المعلومات.
 - ✓ العمل على تحسين الإنتاجية والمساءلة على النتائج.
 - ✓ الحصول على الولاء التنظيمي.
 - ✓ التركيز على تطوير نظام تقييم الاداء الذي يؤدي الى تحسين الأداء وزيادة الإنتاجية.
- زيادة الانفاق على البحث والتطوير والتنسيق ومراكز البحث: تعتبر وظيفة البحث والتطوير وظيفة محورية في نشاط المؤسسات باعتبارها الضامن لاستمراريتها وقدرتها على المنافسة في السوق، وذلك من خلال الربط بين المؤسسة ومراكز البحث العلمي والتطوير التقني سواء ضمن القطاع العام او الخاص واهمها المخابر، مراكز التقنيات الصناعية، الوكالات التكنولوجية، حاضنات الاعمال بالإضافة الى الجامعات والمؤسسات التعليمية، حيث يتم التركيز على:
- ✓ تحديد إشكالية البحث وتطوير المشاريع الابتكارية
 - ✓ تشكيل فرق للبحث والتطوير التقني
 - ✓ متابعة وتقييم النتائج واثميتها
 - ✓ التأكيد على التنسيق والشراكة بين المؤسسات وهذه المراكز والهيئات في مجال البحث.
- التأهيل التكنولوجي: يجب على المؤسسات ان تأخذ بعين الاعتبار المتطلبات التكنولوجية كأحد متطلبات التأهيل الذي ينبغي تجسيدها ميدانيا من خلال تبني استراتيجيات تكنولوجية تركز على مايلي:
- ✓ التشخيص التكنولوجي بنوعيه الداخلي والخارجي.
 - ✓ تحديد العوامل المساعدة على اختيار المتاح من التكنولوجيا الحديثة.
 - ✓ التعرف على التكنولوجيات الجديدة حيث تعتبر التكنولوجيا عنصر ضروري للتنمية لأنها الثروة التي تبحث المؤسسة الاقتصادية، وللحصول عليها هناك عدة طرق منها التطوير الداخلي للتكنولوجيا عن طريق اتفاق التراخيص، التحالف مع المؤسسات ذات الخبرة العالمية، البحوث والتطوير عن طريق التعاون كما يمكن الحصول عليها من خلال تكوين علاقات مع الجامعة.
 - ✓ التجديد التكنولوجي حيث تحتل استراتيجية التجديد التكنولوجي مكان الصدارة ضمن استراتيجيات المؤسسة ذلك لان التجديد أصبح خيارا استراتيجيا مهما، فهو السبيل الوحيد لرفع القدرة التنافسية وعليه يجب ان يكون التجديد شاملا لمختلف الجوانب المرتبطة بالمؤسسة كالتجديد في المنتجات، العمليات، التنظيم، الموارد البشرية... الخ.
 - ✓ تطوير الابتكار التكنولوجي داخل المؤسسة عن طريق تطبيق استراتيجية التنافس (الموقع، المنتج، التسعير، ميدان التنافس، الأسواق المنافسين).¹
- تأهيل المحيط المصرفي والمالي تعتبر الموارد المالية مشكلة حساسة بالنسبة لناط المؤسسة الاقتصادية الجزائرية خاصة وان الجزائر في طريقها الى تبني نظام السوق والذي يحتاج محيط اقتصادي ومالي كفؤ من اجل توفير الأموال الكافية لاستثماراتها ولهذا أصبح من الضروري تأهيل الجهاز المالي والمصرفي بتحسين نوعية خدماته ومستوى موظفيه ومسريه وإرساء قواعد تسيير شفافة تعتمد معايير موضوعية في منح التسهيلات والقروض وذلك لتنشيط الحركة الاقتصادية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية.

¹ حنان جودي، استراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار لتدارك الفجوة الاستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة -، 2017، ص ص

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- **تأهيل المحيط الجمركي** ان اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد الدولي يحتم على إدارة الجمارك إعادة تكييف عملها وضورة تحرير التجارة الخارجية والتحول نحو اقتصاد السوق ولهذا لا بد من تأهيل واسع لجميع الجوانب الإدارية ذات العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والتجارة الخارجية ويستوجب على الإدارة الجمركية القيام بإجراءات مستعجلة لمنح الاقتصاد الوطني القدرة التنافسية مستغلة في ذلك مدة 12 سنة الخاصة بالتفكيك الجمركي.

- **تأهيل المحيط القانوني والتشريعي.** ان تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جعل الحكومة تعيد النظر في محيطها القانوني والتشريعي والاهتمام بتأهيله والدليل على ذلك صدور مجموعة من القوانين متمثلة في القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأيضا قانون الاستثمار لسنة 2001.¹

المطلب الرابع. برامج تأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

اعتبرت التدابير المتعلقة بتأهيل المؤسسة الاقتصادية في الجزائر، بمثابة السياسة المساندة للأهداف المرجوة من طرف السلطات العمومية والمتعلقة أساسا بالتحرير الاقتصادي وإنشاء منطقة تبادل حر مع الاتحاد الأوروبي بعد سنة 2017، والانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وعند تحقق تلك الأهداف تظهر المؤسسة الاقتصادية الجزائرية عاجزة عن مواكبة تلك التطورات والمنافسة مع مثيلاتها الأجنبية، خاصة بعد عمليات الخصخصة أين أصبحت معظم المؤسسات العاملة بالجزائر مؤسسات صغيرة ومتوسطة، ولهذا الغرض قامت السلطات العمومية بوضع برنامجا لتأهيل المؤسسة الاقتصادية، يهدف إلى تحسين و ترقية فعالية أداءها على مستوى منافستها الرائدتين في السوق المحلي أو الأجنبي، كما يسعى برنامج التأهيل إلى تحديث المحيط الصناعي والتقني للمؤسسة الاقتصادية، تطوير كفاءة الأفراد، وتحسين طرق الإنتاج، واعتمدت الجزائر على عدة برامج للتأهيل كان أهمها²:

اولا - البرنامج الوطني للتأهيل الصناعي: تم وضع هذا البرنامج من قبل وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة الصناعية، وكلفت العديد من الهيئات بتنفيذه مثل:

- المديرية العامة لإعادة الهيكلة الصناعية (DGRI) وهي الهيئة المكلفة بتسيير البرنامج الخاص بالتأهيل، تقوم بعدة مهام كتحديد الإجراءات والشروط التقنية والمالية والتنظيمية لبرنامج التأهيل، والتنسيق بين الأدوات التشريعية والمالية لصندوق ترقية التنافسية الصناعية، كما تتولى تطوير وترقية برامج التكوين للأفراد المعنيين بالإشراف على برنامج التأهيل واقتراح تعديلات فيما يخص النصوص القانونية التي تنظم المؤسسات والتي لها علاقة مباشرة بإصلاحها. - اللجنة الوطنية للتنافسية الصناعية: (CNCI) تتكون هذه اللجنة من عدة ممثلين من مختلف الوزارات كوزارة المالية، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ووزارة الصناعة وإعادة الهيكلة، التي يرأس وزيرها اللجنة التي تتولى وضع الشروط المتعلقة باستفادة المؤسسات من عملية التأهيل ودراسة الملفات المقدمة وتحديد المبالغ المخصصة لكل مؤسسة كما تقترح اللجنة كل إجراء من شأنه تحسين التنافسية الصناعية للمؤسسات الاقتصادية.

- صندوق ترقية التنافسية الصناعية: أنشئ الصندوق بموجب قانون المالية لسنة 2000، ويرأسه وزير الصناعة وإعادة الهيكلة، ويتمثل نشاط الصندوق في تقديم الدعم المالي للمؤسسات وهيئات الدعم والمراقبة، حيث تستفيد المؤسسات من دعمه بهدف تغطية جزء من التكاليف المخصصة لتقييم وضعيتها العامة ووضع مخطط التأهيل، كما تستفيد المؤسسة من دعم الصندوق لتمويل الاستثمارات المادية والمعنوية التي تدخل في إطار برنامج التمويل، أما هيئات المراقبة فيغطي الصندوق التكاليف التي تتحملها بهدف تطوير التنافسية الصناعية و المناطق الصناعية ومناطق النشاطات الكبرى والتكاليف المتعلقة بتحسين بيئة نشاط المؤسسة.

¹ سهيلة خيرة فاندي، مرجع سبق ذكره، ص ص 240-241.

² العايب ياسين، **اشكالية تمويل المؤسسات الاقتصادية**، أطروحة دكتوراه، تخصص الاقتصاد المالي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة -، 2011، ص ص 110-117.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

ثانيا- برنامج MEDA: هو عبارة عن برنامج ثنائي بين الجزائر والاتحاد الأوروبي لدعم المؤسسات الخاصة القائمة لمدة ثلاثة سنوات على الأقل والتي لا يقل عدد مستخدميها عن 10 عمال ولا يزيد عن 250 عامل، مع اشتراط أن يكون نشاطها الصناعي في قطاع المواد الصيدلانية، المواد والصناعات الغذائية ومواد البناء، كما اشترط البرنامج في المستفيد أن يكون جزائري الجنسية ويملك حصة 60 بالمائة من رأسمال المؤسسة، يهدف البرنامج بدوره إلى ترقية محيط المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتحسين الظروف المالية وخلق التعاون المستمر بينها وبين مؤسسات التمويل.

ثالثا- برنامج GTZ: يهدف هذا البرنامج إلى تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة جدا المنشأة من طرف هيئات دعم خلق المؤسسات في الجزائر والمؤسسات المتوسطة في قطاع صناعة الحديد والصلب، الصناعات الغذائية، الصناعات الكيماوية والصيدلانية، صناعة مواد البناء، وبصفة عامة يهدف البرنامج إلى تعزيز روح المقاوالتية من خلال تكوين مستشارين في تسيير المؤسسة الصغيرة والمتوسطة. حققت برامج التأهيل نتائج مهمة من حيث الأهداف وعدد المؤسسات المستفيدة منها، حيث أصبحت العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب اللجنة الأوروبية تتمتع بتنافسية مرتفعة، إلا أنها كانت ضعيفة من حيث الالتزامات المالية بالمقارنة مع بعض الدول التي تتميز بقدرة كبيرة على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة كمصر، المغرب وتونس. نتيجة لضعف المبالغ المرصودة لتمويل برنامج التأهيل خلال الفترة 1995-2005، تم وضع برنامج موحد بين وزارة المؤسسات ووزارة الصناعة وإعادة الهيكلة في سنة 2009 لتأهيل المؤسسات الصناعية، كما تم إبرام اتفاق ثنائي بين الاتحاد الأوروبي و الجزائر خصصت له 45 مليار أورو للفترة 2008-2017 تاريخ إنشاء منطقة التبادل الحر بعد أن فشلت مساعي إنشاء تلك المنطقة مع مطلع سنة 2013، وتسعى تلك البرامج إلى ترقية المؤسسات بهدف التوصل إلى احترام المعايير الاقتصادية الدولية و مساعدتها على التكيف مع الشروط الجديدة للسوق، هذه الأخيرة يرى العديد من مقيمي مشروع الاتفاق حول إنشاء 2 منطقة تبادل حر، أن لها أثار سلبية كبيرة على الاقتصاد الجزائري ومؤسساته، نظرا لطبيعة الاختلاف التكنولوجي والمهارات بين المؤسسة الأوروبية والمؤسسة الاقتصادية في الجزائر، وفي هذا الإطار يري BENTABET أن خلق منطقة التبادل الحر سوف تؤدي إلى تخفيض معدل نمو الاقتصاد الجزائري وتخفيض من مستويات الدخل، كما تؤثر على انصهار المؤسسة الاقتصادية في المؤسسة الأوروبية، لأن المؤسسة الجزائرية نشأت في ظروف السياسات الحمائية وضعف ضغوطات السوق. ويتأثر معدل نمو الاقتصاد بفعل انخفاض الموارد الجبائية للميزانية العامة للدولة التي تساهم بنسبة 10% من إيرادات الخزينة العمومية أو ما يعادل 9.2% من الناتج المحلي الإجمالي.

الفصل الأول: مدخل الى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

خلاصة.

وفي الأخير يمكن ان نستنتج ان المراحل التي مرت بها المؤسسة الاقتصادية الجزائرية كانت نتيجة الى الظروف التي مرت بها البلاد إضافة الى السياسات ووجهات النظر المختلفة والتأثير المباشر والغير مباشر للنظام الدولي الجديد وانعكاس هذا التأثير على السياسات الاقتصادية والنظام الاقتصادي السائد، ورغم الجهود المبذولة للوقوف بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية الا انها مازالت تعاني من مشاكل وعراقيل عديدة تحول بينها وبين التفوق والريادة في الأسواق العالمية.

الفصل الثاني:
الإطار النظري
للمسؤولية الاجتماعية
في المؤسسة
الاقتصادية

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

تهيد:

لقد عرف محيط المؤسسة الاقتصادية خلال السنوات الأخيرة تحولات عميقة وسريعة على المستوى الاقتصادي، التكنولوجي وحتى السياسي والاجتماعي، هذه التحولات فرضت على العديد من المؤسسات توسيع نطاق اعمالها مما يضعها في موقف يجعلها بحاجة ماسة للتكيف مع هذه التحولات ففي ظل تزايد الاهتمامات بالبيئة والمجتمع من مختلف المنظمات غير الحكومية والجمعيات وغيرها من قوى الضغط التي تتعامل معها المؤسسة زادت التطلعات الاجتماعية لهذه الأخيرة وباتت ملزمة اجتماعيا بالاهتمام بهذه الاطراف واخذها بعين الاعتبار في تطبيق سياساتها وقراراتها الى جانب سعيها لتعظيم الارباح.

المبحث الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم الواجبات الواقعة على عاتق المؤسسات الاقتصادية، وهي التزام مستمر على المؤسسة تسعى من خلاله إلى تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع من خلال توفير الخدمات المتنوعة (الصحية والبيئية.....)، ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، والمشاركة في إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية.

المطلب الأول: نشأة وتعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

لم تنشأ المسؤولية الاجتماعية صدفة إنما جاءت نتيجة تراكمات واطفاء ارتكبتها المؤسسات في حق المجتمع ومع زيادة الوعي وظهور النقابات بدأ الحديث عن المسؤولية الاجتماعية وضرورة تواجدها.
أولاً: نشأة المسؤولية الاجتماعية.

إن نشوء فكرة المسؤولية الاجتماعية بمرحلتها الأولى قد ارتبطت مع قيام المشاريع الصناعية (الثورة الصناعية) واعتقاد رجال الأعمال بأنهم يمتلكون هدفاً واحداً يسعون إلى تحقيقه، وهو تعظيم الأرباح ولكن الشيء الوحيد الذي يكبح إرادتهم في مطاردة وتحقيق هذا الهدف هو التأثير القانوني الذي يحدد العمليات التي يقومون بها، وهنا يشير آدم سميث في كتابه (ثروة الأمم) إلى أن رجال الأعمال يسعون لتحقيق منفعتهم الذاتية وتعظيم الربح الذي يحصلون عليه، مفترضاً أن وجود السوق التنافسية هي حالة صحية من شأنها أن تقود إلى زيادة إجمالي الثروة القومية والتي تنعكس على تعظيم المنفعة لصالح العام والتي تمثل في جوهرها تحقيقاً للمسؤولية الاجتماعية.

وقد ظلت هذه النظرة قائمة خلال القرن التاسع عشر والربع الأول من القرن العشرين، ليس على مستوى الفكر الاقتصادي فحسب بل انسحبت إلى القيم والأهداف السائدة في المجتمع، ولكن هذه الأفكار لم تصمد كثيراً أمام الأزمات الاقتصادية التي شهدتها العالم في بدايات القرن الحالي، وبشكل خاص حال ندرة الموارد، انخفاض الأجر، أجواء العمل غير الملائمة، الفشل الحاصل في العديد من المنتجات، التأثيرات الحاصلة من نقابات العمل... قد انعكست بمجملها على إن يكون هنالك منظور آخر للمسؤولية الاجتماعية لا يرتبط بتعظيم الربح كأساس لنا في العمل، ولهذا الصدد يشير Gantt-L Henry في عام 1919 إلى أن جمهور المواطنين يكونون على استعداد لخلق أجواء التعارض والتضاد إذا أهملت إدارة الأعمال مسؤوليتها الاجتماعية تجاههم

. أما المرحلة الثانية فقد برزت خلال الفترة التي أعقبت عام 1920 كنتيجة للانتقادات الموجهة نحو الهدف الأحادي الذي اعتمدهت المؤسسات، والمتمثلة بتعظيمها للأرباح، فقد ظهرت تيارات أخرى تطالب بتأمين السلامة والأمان في العمل، تقليص ساعات العمل، حماية حقوق الأطراف المختلفة وذات الصلة بالمؤسسة، وبالتالي أن تكون هنالك أهدافاً أخرى مضافة إلى هدف الربح الذي تسعى لتحقيقه المؤسسة، وعليه فقد تعالت الأصوات المطالبة بأن تكون المسؤولية الاجتماعية أبعد من ارتباطها بمصلحة المالكين والمستثمرين وسعيها لتحقيق الأرباح فقط، بل يجب أن تمتد إلى تحقيق الموازنة في تلك المسؤولية حيال الأطراف الأخرى والمتمثلة بالمستهلكين، الزبائن، المجهزين، العاملين في المؤسسة، الدائنين، الحكومة... ولم يقف الأمر عند هذا الحد بل ساهمت الجهات العامية والأكاديمية في تعزيز هذا الاتجاه وتطويره فقد عقدت في عام 1948 مؤتمراً علمياً تحت عنوان مسؤولية الأعمال كما قامت الجمعية الأمريكية للإدارة في عام 1958 بمسح شمل 700 شركة خلصت إلى نتيجة رئيسة تمثلت بكون معظم الشركات المبحوثة عبرت عن إيمانها وامتلاكها لتصور كاف عن مسؤوليتها تجاه المجتمع.

نخلص إلى القول أن هذه المرحلة تمثلت ببروز اتجاه يدعو إلى توسيع مفهوم ومعنى المسؤولية الاجتماعية ليشمل أطرافاً أخرى، وتتجاوز النظرة الضيقة والمحصورة بحدود منفعة المالكين والمستثمرين، وأن تلبية حاجات المجتمع هو معيار

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

مهم في وجود المؤسسة ونجاحها، وبالتالي فإن التغيير في أهداف المجتمع يجب أن تنعكس على أنشطة وفعاليات المؤسسة بنفس الوقت سواء كانت اقتصادية أو فنية.

أما المرحلة الثالثة فيمكن حصر بدايتها في عام 1960 وما أعقبها من أحداث تجلب بشكل خاص بالتجارب المختلفة التي عاشتها الشعوب، استخدام الأحداث في العمل، المتغيرات الكبيرة في استخدام التكنولوجيا، التلوث البيئي الناجم من أسباب وأفعال مختلفة سواء كانت عرضية أو مقصودة.... لكل ذلك أصبحت الضرورة لازمة في انتقال المسؤولية الاجتماعية إلى مرحلة أخرى أكثر استيعاباً للبيئة ومتغيراتها الواسعة وأصبحت التسمية لهذه المرحلة تحت عنوان (نوعية الحياة للفرد (L.O.Q) وتقديم المزيد من السلع والخدمات وبما يتناسب مع الارتقاء النوعي الحاصل في مستوى الحياة التي يعيشها الأفراد، ولكن يجب إن لا ينصرف التفكير إلى المشكلة في هذا التحول تكمن في تقديم السلع والخدمات فقط، بل هو جراء ما تحقق من نتائج مباشرة وغير مباشرة في نجاح النمو الاقتصادي وانعكاسه على جوانب متعددة في المجتمع، وما تفرزه أيضا من تأثيرات سلبية منها:

- الظلم الذي أصاب المستهلك جراء الغش في البضائع والتلاعب في الأسعار؛
- التهديدات التي تنال من صحة وسلامة العاملين جراء العمل أو المواد المستخدم في الإنتاج؛
- التلوث البيئي والذي تزايد جراء العمليات الصناعية وما تبقى من فضلات الإنتاج؛
- محدودية الاهتمام بالارتقاء لنوعية أجواء العمل والتي تمثلت في ضعف المهارات لدى العاملين. وبهذا الصدد فقد دعت لجنة التطوير الاقتصادي في أمريكا (CED (Economic for committie Development) في عام 1971 المؤسسات في أن تعيد النظر في ألقها الاجتماعي وأن يكون تأسيسها معتمدا على كونها مؤسسة اقتصادية اجتماعية وأن لا يقتصر عملها على مواجهة وتحقيق الأهداف الاقتصادية دون الأهداف الأخرى والتي يواجهها المجتمع بشكل كبير، وان النظرة الحديثة لمديري الأعمال تنصب على كون منظماتهم تمتد وظائفها إلى كامل المجتمع، ولا تقتصر على جزء منه، أو من السوق الذي تعمل فيه، كما أن المجتمع بالاتجاه المقابل يطالب الشركات بالعمل على تحقيق ذلك في مجمل القرارات التي تتخذها، حتى وإن كانت القوانين والأنظمة المعمول بها لا تشير إلى ذلك بشكل مباشر.¹

ثانيا: تعريف المسؤولية الاجتماعية.

للمسؤولية الاجتماعية عدة تعاريف نذكر منها:

تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "الإحساس بالالتزام أو الإحساس بالصالح العام، الذي يدفع الناس للمشاركة والمساهمة في المجتمع ككل أو في جماعات فرعية من الناس"² كما تعرف على أنها: "هي التزام أصحاب المنظمات والاعمال التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال: العمل والشراكة مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس وبما يخدم الاقتصاد والتنمية في ان واحد، مع اعتبار ان الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب ان يكون مبادرة داخلية وقوة دفع ذاتية من قبل صناع القرار في المؤسسة."³ وقد جاء التعريف الأكثر شمولاً وبه كانت هناك نقلة نوعية في اغناء وتوسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية، في إطار البحوث الرائدة ل Carroll حيث يرى ان المسؤولية الاجتماعية هي "التزام المنظمة بان تضع نصب عينها خلا عملية صنع القرارات الاثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين مختلف الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات."⁴

¹ عبد الرزاق سالم الرحالة، المسؤولية الاجتماعية، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص58-62.

² نايف محمد عاد المرواني، التوافق النفسي والمسؤولية الاجتماعية لدى المجرمين، دار الفكر العربي، مصر، 2009، ص.31.

³ جمال درهم زيد، إخلاقيات منظمات الاعمال ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مبادئ الحوكمة، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الطبعة الاولى، اليمن، 2016، ص 107.

⁴ فضالة خالد، قروودي حميد، دور تربي المسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة،

مجلة معارف، جامعة البويرة، البويرة، الجزائر، العدد22، 2017، ص42.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

ومن التعاريف السابقة يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنها: التزام على عاتق المؤسسة اتجاه المجتمع والبيئة التي تنشط فيها بما يخدم مصالحها ويضمن حماية للمجتمع والبيئة في الوقت نفسه.

المطلب الثاني. أهمية واهداف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

أصبحت معظم المؤسسات تهتم بالمسؤولية الاجتماعية في الوقت الراهن لما لها من فوائد مادية ومعنوية تعود على المؤسسة وتساهم في بقائها ونجاحها وتطورها.

أولاً: أهمية المسؤولية الاجتماعية.

إن قيام المؤسسات بدورها اتجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بممارساتها والمساهمة في إنجاح خططها وأهدافها، علاوة على المساهمة في سد احتياجات المجتمع المتغيرة ومتطلباته الضرورية، إضافة إلى خلق مناصب عمل جديدة من خلال إقامة المشاريع الخيرية والاجتماعية ذات الطابع التنموي، وقد أظهرت معظم الدراسات التي أجريت على 46 المؤسسات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية وجود صلة حقيقية بين الممارسات الاجتماعية للمؤسسة والأداء المالي الإيجابي.

وفي هذا السياق فقد ازداد خلال العقد الأخير، عدد المؤسسات الكبرى التي أدركت فوائد إدارة أعمالها وفق الممارسات المسؤولية اجتماعيا، وقد تعززت خبرات هذه المؤسسات بصدور عشرات الدراسات الميدانية واستطلاعات الرأي التي أكدت أن للمسؤولية الاجتماعية للشركات تأثير إيجابي على الأداء الاقتصادي لمجتمع الأعمال، وأنها لا تؤذي المساهمين، بل في الواقع تعزز قيمة الأهم ومكانة المؤسسات.

وبينما كان وجود ارتباط حقيقي ما بين ممارسة النشاطات التجارية المسؤولية اجتماعيا وبين الأداء المالي الجيد للمؤسسات موقع تساؤل وحتى تشكك، فقد أظهرت الدراسات الأكاديمية في مختلف البلدان المتقدمة وجود مثل هذا الارتباط الإيجابي. فقد لاحظت إحدى الدراسات التي أجريت عام 1999 أن المؤسسات التي قامت بالالتزام بصورة معلنة بقواعد أخلاقية محددة قد فاقت في أدائها المؤسسات المثيلة التي لم تعلن مثل هذا الالتزام، بمقدار 3/2 مرات، وذلك بالمقارنة مع قيمة أسهمها السوقية.

وكانت جامعة هارفارد قد قامت بصورة متكررة بإجراء دراسة مقارنة للمؤسسات، حيث أظهرت أن تلك التي تولي اهتماما متوازنا بمختلف فئات المستفيدين قد حققت نموا أكبر بأربع مرات من تلك المؤسسات التي حصرت اهتمامها بالمساهمين، وبالمثل فقد حققت معدلات نمو في التوظيف بلغ ثمانية مرات أعلى من المؤسسات التي ركزت على المساهمين فقط وذهبت دراسات أخرى لترصد العلاقة ما بين سلوك المؤسسات وأسعار أسهمها في البورصة، حيث لاحظت التأثير السلبي للتقارير المنشورة عن السلوك اللاأخلاقي للمؤسسات على أسعار أسهمها في البورصة.

لقد أدت سياسات المؤسسات المسؤولية اجتماعيا ومبادراتها المتعلقة بالبيئة واهتمامها بتحسين ظروف العاملين إلى خفض تكاليفها فقد أدت إلى تحسين إنتاجية المستخدمين، وساهمت عمليات إعادة التدوير إلى خفض نفقات التخلص من النفايات وخلق مصادر عمل جديدة وصناعات قائمة على إعادة تدوير النفايات. ولأخذت دراسات أخرى أن المؤسسات التي تبنت برامج موجهة لتحسين ظروف معيشة المستخدمين، كالتأمينات والتسهيلات المختلفة قد أسهمت في خفض مدة الغياب عن العمل، وحسنت قدرة المؤسسات على الاحتفاظ بالموظفين الأكفاء، وساهمت في زيادة الإنتاجية المتوسطة للعاملين، وقلصت بالتالي تكلفة التوظيف الجديد والتكوين.

ولقد برهنت دراسات أخرى على أن جهود المؤسسات في مجال تحسين ظروف العمل وإشراك العاملين في عملية صنع القرار تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتقليل الأخطاء؛ كما وجدت دراسة أخرى أن برامج الرعاية الصحية تزيد إنتاجية العاملين وتخفف تكلفة التغيب عن العمل أو تركه، وتقلل دعاوى الإصابة بالإعاقة، أو الدعاوى الخاصة بالرعاية الصحية بنسبة 30%.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

ومع تعاظم تأثير الأعلام وازدياد تدفق المعلومات وسهولة الحصول عليها في الوقت الحاضر فإن المستهلكين باتوا أقدر على تمييز المؤسسات ذات السمعة الجيدة في مجال المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يعنى أن المؤسسات ذات الاسم التجاري الجذاب بفعل السياسات المستجيبة اجتماعيا تستفيد من سمعتها الحسنة من أجل تنمية مبيعاتها وخلق التزام أقوى لدى العملاء بسلعها وخدماتها. وبينما كانت الحكمة التقليدية تقضى بأن تسعى المؤسسات إلى إرضاء العملاء من خلال حوافز ومزايا مادية محسوبة في السلعة أو الخدمة، (مثل السعر، الجودة، التغليف، الذوق، الأمان وتوفير السلعة أو الخدمة دونما انقطاع، وأن تأخذ بالاعتبار الاحتياجات لمختلفة للزبائن)، فإن الدراسات أظهرت بالمقابل أن المواطنين باتوا يأخذون بعين الاعتبار قيم ومعايير أخرى. غير متجسدة في السلعة أو الخدمة ذاتها، لكنها تقف ورائها، ويمكن التعرف عليها بفعل الوعي المتزايدة للمستهلكين والعملاء، مثل ظروف وشروط العمل في المؤسسة ومدى ملائمتها وعدالتها للعاملين، وعدم استغلال الأطفال أو النساء كعمالة رخيصة، وعدم الإضرار بالبيئة، عدم وجود مواد أو مكونات معدلة جينيا، والتزام نشاطات هذه المؤسسات في البلدان النامية بالمعايير الأخلاقية والإنسانية وعدم اقتران ممارساتها بالفساد.¹

وتشير التجارب الدولية الى ان أهمية تبني الدور الاجتماعي يتمثل في²:

- تحسين الأداء المالي: فكما اشارت دراسة استقصائية لعينة من المديرين بأمريكا ان 82% من المديرين الذين شملتهم الدراسة قد أكدوا على ان لأداء الاجتماعي يسهم في تحسين الاعمال، وفي دراسة أخرى تم الاعتماد على مؤشرات المبيعات والأرباح حيث تبين ان المنظمة التي تبنت مبادئ أخلاقية قد حققت إنجازا ماليا أفضل من تلك التي لم تتبنى مثل هذه السياسات.

- تخفيض تكاليف التشغيل: هناك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي وتؤدي الى خفض التكاليف مثل تقليل انبعاث الغازات التي تسبب تغير المناخ العالمي او تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية، كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها، والجهود المبذولة في اطار المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة، والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتصلة بمكان العمل تؤدي الى خفض نسبة غياب العاملين وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين شديدي الحماس للعمل والفعالية والكفاءة الإنتاجية وخفض تكاليف التوظيف والتدريب .

- تحسين سمعة المنظمات ومكانة المنتج: ان المسؤولية الاجتماعية تؤدي الى تعزيز مكانة المنتج وتقوية سمعة المنظمة، ففي المنظمات الحديثة تشكل الصورة القديمة المادية التي تخلق منهج العمل، حيث تحظى باهتمام بالغ من أصحاب المنظمات لأنها من معايير النجاح، فقد اشارت دراسة ميدانية للمنتدى الاقتصادي العالمي لأكثر من 1000 منظمة عالمية، حيث تم توزيع 1500 استمارة على مديري تلك المنظمات واكد 60% منهم ان السمعة الجيدة يمكن ان تسهم بنحو 40% من قيمة الأسهم السوقية للمنظمة لذا فان المنظمات تسعى جاهدة للاستفادة من مزايا التميز الأخلاقي في بيئة نشاطها.

ووفقا لوجهة نظر عدد من الباحثين، تبين ان المسؤولية الاجتماعية من المواضيع ذات العلاقة بالفهم الكلي لدعم سمعة المنظمة والتي حصلت على أكبر نسب من اراء الكتاب والباحثين.

- تعزيز المبيعات وولاء العملاء: ان العودة بصورة ملحوظة الى تثمين النقاء البيئي والمنتجات الطبيعية قد دفع المستهلكين الى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة، على الرغم من ان منظمات الاعمال التجارية يجب عليها ان تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجودة السلع، وتوفرها، وسلامتها وملائمتها، فان الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء او عدم الشراء بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة الى قيم مثل قلة التأثير على البيئة، وعدم استخدام مواد و مكونات معدلة وراثيا.

¹ ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد - تلمسان -، 2010، ص 32-33.

² فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في ارساء المسؤولية الاجتماعية في للبنوك الإسلامية، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة تسويقية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اكلي محند اولحاج - البويرة -، 2019، ص 230-233.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

- زيادة الإنتاجية والجودة: ان الجهود التي تبذلها المنظمات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب الى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء وتعزز الفاعلية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار .

- زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم: المنظمات المسؤولة اجتماعيا يسهل عليها تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والمحافظة عليهم، ويؤدي ذلك الى خفض تكاليف التوظيف والتدريب، ويتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه المنظمة ولهذا السبب ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات متسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض من حيث القيم ويعزز بيئة العمل.

ثانياً: اهداف المسؤولية الاجتماعية.

وتهدف المسؤولية الاجتماعية الى تحقيق مجموعة من الأهداف بالنسبة للمؤسسات او المجتمع ويمكن تلخيصها في النقاط التالية¹:

من وجهة نظر المؤسسات:

- اكتساب ثقة الجمهور ورضا الزبون بما يساعد في خدمة الأهداف الاقتصادية للمؤسسات
- رعاية شؤون العاملين وتحقيق الرفاهية والاستقرار النفسي لهم سيجعلهم اكثر إنتاجية مما ينعكس على خدمة نشاط المؤسسة.

- حصول المؤسسات على عائد مستمر لفترات طويلة المدى.

- السمعة الحسنة للمؤسسات كميزة تنافسية

- تحسين الصورة العامة لأصناف المنتجات والخدمات وزيادة حجم المبيعات.

من وجهة نظر المجتمع:

- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع

- تحسين مستوى الحياة المعيشية لأفراد المجتمع.

- التزام كل الافراد بتحقيق التنمية المستدامة

- تنمية المهارات لدى افراد المجتمع.

- تشجيع القطاع الخاص في البحث عن حلول شاملة وصديقة للبيئة .

المطلب الثالث. مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

ترتكز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على تسع مبادئ رئيسية نلخصها في الآتي²:

المبدأ الأول: الحماية وإعادة الإصحاح البيئي.

يدعو الى ان تقوم المؤسسة على حماية وإعادة اصلاح البيئة والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والأنشطة الأخرى وادماج ذلك في العمليات اليومية.

المبدأ الثاني: القيم والاخلاقيات

تعمل بموجبه المؤسسة على تطوير وانشاء المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق والمصلحة.

المبدأ الثالث: المسائلة والمحاسبة.

يستوجب ابداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة بطريق وفترات زمنية لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات.

المبدأ الرابع: تقوية وتعزيز السلطات.

¹ محمد سيد فهد، المسؤولية الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار النشر المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2014، ص ص 94-95.

² عريوة محاد، دور الأداء المتوازن في قياس وتقييم الاداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية، مذكرة ماجستير، تخصص

إدارة الاعمال الاستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف -، 2011، ص 55.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

العمل على الموازنة في الأهداف الاستراتيجية والإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والمزودين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن.

المبدأ الخامس: الأداء المالي والنتائج.

تعمل المؤسسة على تعويض المساهمين براس مال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في ذات الوقت على الممتلكات والأصول واستدامة هذه العائدات وان تكون سياسات المؤسسة هادفة الى تعزيز النمو على المدى الطويل.

المبدأ السادس: مواصفات موقع العمل.

ان ترتبط أنشطة المؤسسة بإدارة الموارد البشرية لترقية وتطوير القوى العاملة على المستويات الشخصية والمهنية بحسبان ان العاملين يمثلون شركاء قيمين في العمل بما يستوجب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع وبيئة عمل امنة وصديقة وخالية من المضايقات.

المبدأ السابع: العلاقات التعاونية.

ان تتسم المؤسسة بالعدالة والأمانة مع شركاء العمل وتعمل على ترقية ومتابعة المسؤولية الاجتماعية لهؤلاء الشركاء.

المبدأ الثامن: المنتجات ذات الجودة والخدمات.

تحدد المؤسسة وتستجيب لاحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين وتعمل على تقديم اعلى مستوى للمنتجات وقيمة الخدمات بما في ذلك الالتزام الشديد برضاء وسلامة الزبائن.

المبدأ التاسع: الارتباط المجتمعي.

تعمل المؤسسة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه تتميز بالحساسية تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع.

تلعب المؤسسة في هذا الخصوص دور يتسم بالإيجابية والتعاون والمشاركة حيثما يكون ممكنا في جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الاعمال.

المبحث الثاني. اساسيات حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

ان المسؤولية الاجتماعية لم تأتي وليدة الصدفة بل جاءت جراء عدة أسباب وعوامل لتختلف من مؤسسة لأخرى حسب الظروف كما ان لها ابعاد عديدة اما بالنسبة لمجالاتها فهي تمس كل ما يتعلق بالمؤسسة ومحيطها.

المطلب الأول دوافع ظهور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

اشارت العديد من الدراسات الى بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات كان أهمها.

. العولمة. وتعد من اهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث أصبحت العديد من الشركات

متعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على انها تهتم بحقوق الانسان،

وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل امنة للعاملين، وبانها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما انها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على

الموارد الطبيعية.

. تزايد الضغوط الحكومية والشعبية. من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر

الذي قد يكلف المنظمة أموالا طائلة ادا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج

من السوق بشكل عام.

. الكوارث والفضائح الأخلاقية. حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالا طائلة

كتعويضات للضحايا او خسائر نتيجة المنتجات المعيبة، كما حدث في كارثة التلوث النفطي للمياه في ساحل الاسكا والتي

تسببت فيها شركة Exxon Valdez النفطية، او كما حدث في فضيحتي الرشوة في شركتي IBM & Banco Nacion في الأرجنتين

وفضيحة رشوة Lockheed في 1970 في امريكا الامر الذي دعا السلطات الامريكية الى سن قانون ينظم التعامل مع قضايا

الرشوة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

التطورات التكنولوجية المتسارعة. والتي صاحبها تحديات عديدة امام منظمات الاعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارا متخذي القرار، خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي الي اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام براس المال البشري بدرجة أكبر من راس المال المادي.

وبالتالي نجد انه مع تغير بيئة العمل العالمية، فان متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا اد أصبح لزاما على منظمات الاعمال ان تضاعف جهودها، وان تسعى نحو بناء علاقات استراتيجية أكثر عمقا مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل ودعات حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين، حتى تتمكن من المنافسة والبقاء في السوق، حيث ان بناء هذه العلاقات من شأنه ان يعمل على تكوين أساس لاستراتيجية جديدة تركز على افراد المجتمع، وبالتالي تتمكن منظمات الاعمال من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن¹.

إضافة الى عدة أسباب أخرى نذكر منها².

- ظهور مجموعات الضغط التي تنادي بالاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها وتتدخل في عمل المؤسسات التي تضر بها وإلزامها على تلافي ذلك والإسهام في إيجاد الحلول لها من خلال البحث وتقديم المساهمات المالية؛
- تجنب التدخل الحكومي في قرارات المؤسسة، حيث أن عدم استجابة المؤسسة إلى ضغوطات الرأي العام والمجتمع في التعامل مع المشكلات الاجتماعية قد يعرضها إلى عقوبات؛
- الرغبة في استمرار المؤسسة واقتناعها بانها لا يمكن أن تنمو وتتطور في مجتمع مليء بالمشكلات الاجتماعية والبيئية؛

- ظهور القوى السياسية والنقابات العمالية وتدخلها في القضايا الاجتماعية المتعلقة بأفراد المؤسسة من حيث الرعاية الصحية والمهنية والاجتماعية اللائقة؛
- الرغبة في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهور المجتمع؛
- تحقيق فكرة الانتماء والولاء لدى أفراد المؤسسة من خلال الاهتمام بمشاكلهم الاجتماعية والمهنية والصحية مما يساعد على رفع روحهم المعنوية مما ينعكس على زيادة إنتاجيتهم؛

- تطور الفكر الإداري والأخذ بفكرة التسيير المتكامل من خلال الاهتمام المتوازن بجميع الاطراف المهتمة بالمؤسسة.

المطلب الثاني. ابعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

جاءت مساهمة كارول بنقله نوعية في توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث ميز بين أربعة ابعاد رئيسية لهذا المفهوم.

-**البعد الاقتصادي:** يدعو إلى أن تكون المؤسسة منتجة ومربحة، من خلال أطر المبادلات التي تقر مشروعية الربح في حدود والمنافسة العادلة، بخلاف النظريات الوضعية التي تؤمن بمبدأ الانتهازية في التعاقدات المبرمة بين المتعاملين وتسعى إلى تعظيم المنفعة وتمجيد الملكية الفردية³.

-**البعد القانوني:** حيث يندرج في هذا الإطار الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع سواء كان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها.

¹ حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والأفاق من أجل التنمية في الدول العربية ص 9-10.

<http://mpr.ub.uni-muenchen.de/31529> le 10/08/2020 /

² مراد سكاك، تدقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس – سطيف - الجزائر، 2001 العدد 11، ص 203.

³ منير بن دريدي واخرون، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، الطبعة الأولى، دار النشر المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، المانيا، 2019 ص 408.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

-البعد الأخلاقي: التي تراعي من خلاله منظمة الاعمال الجانب الأخلاقي في كل قراراتها ومسارها في الصناعة التي تعمل فيها، تجنباً لأي ضرر قد يلحق المجتمع.

-البعد الخيري: الذي يشمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف الى الربح، كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها.¹

البعد البيئي: ويتعلق بالحفاظ على الموارد المادية والبيولوجية مثل الاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية والموارد المائية، التنوع البيولوجي، المناخ في العالم وذلك من خلال الأسس التي تقوم عليها التنمية المستدامة من حيث الاعتبارات البيئية.² والجدول الموالي يوضع ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

الجدول رقم (2-1): ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
- منع الاحتكار واحترام قواعد المنافسة - استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي	- المنافسة العادلة - التكنولوجيا	الاقتصادي
- منع تلوث الهواء الماء والتربة - صيانة الموارد وتنميتها - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها - الممارسات البيئية الصحيحة في العملية الإنتاجية - منع التمييز - ظروف العمل واصابات العمل - التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي	- حماية البيئة - السلامة والعدالة	القانوني
- مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف ومنع عمل المسنين - وصغار السن مع مراعاة حقوق الانسان - احترام العادات والتقاليد - مكافحة المخدرات	- المعايير الأخلاقية - القيم والأعراف - الاجتماعية	الأخلاقي
- نوعية التغذية والخدمات والنقل العام	- نوعية الحياة	الخيري الإنساني

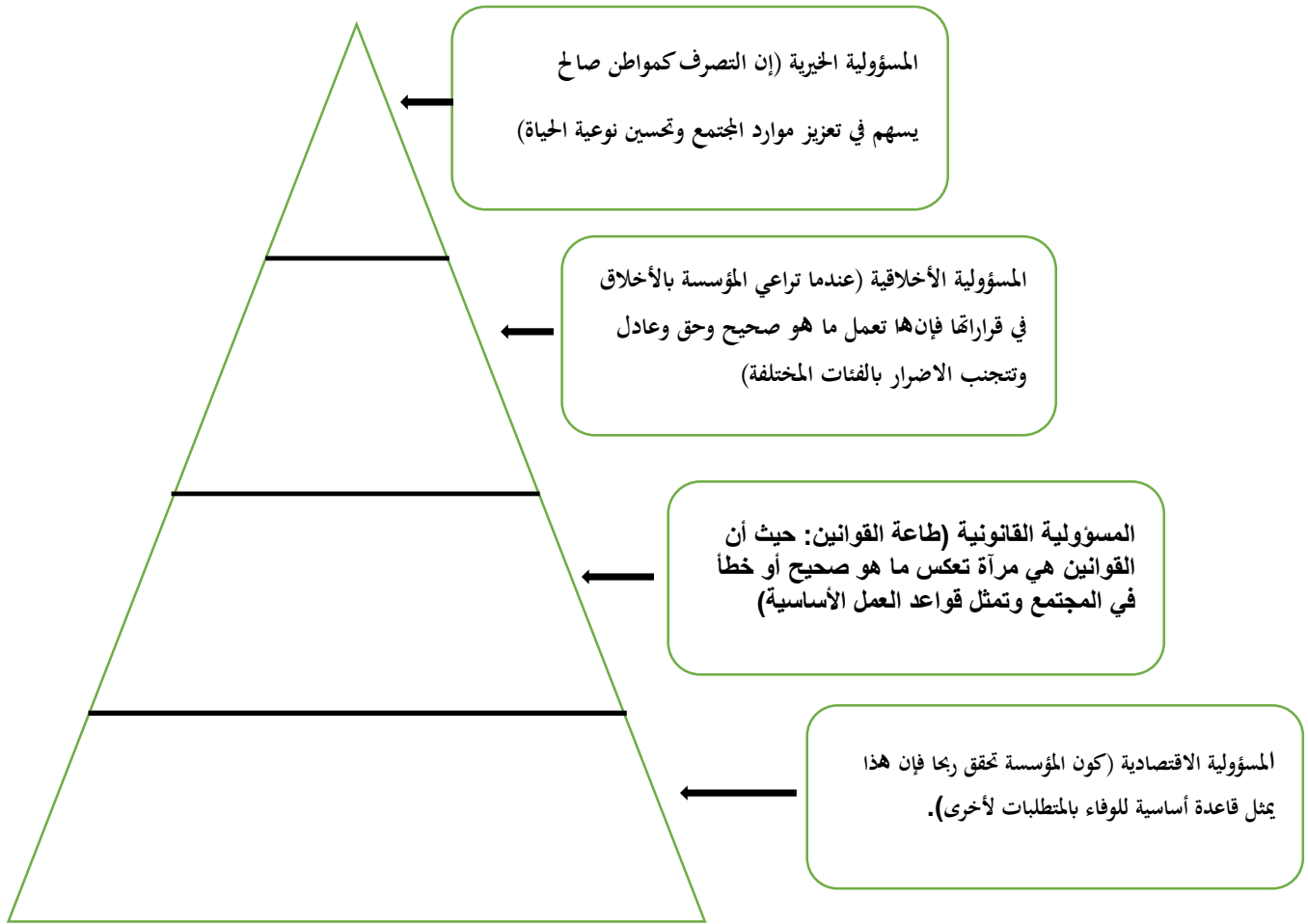
المصدر: منير بن دريدي وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، الطبعة الأولى، دار النشر المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2019، ص 410.

وفي هذا الإطار طور carroll مصفوفة هرمية يبين فيها الابعاد الأربعة وكيفية تأثير كل واحد على الآخر والشكل التالي يوضح ذلك:

¹ مقدم وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص 79.

² ضيافي نوال، مرجع سبق ذكره ص 15.

الشكل: (1-2) هرم كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر: ظاهر محسن المنصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، الأردن، 2008، ص93.

المطلب الثالث. مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

للمسؤولية الاجتماعية عدة مجالات نذكر منها.

- المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء (الزبائن):
تتمثل في تقديم المنتجات بجودة عالية وبأسعار مناسبة، الإعلان الصادق، تقديم منتجات صديقة وآمنة، تقديم إرشادات واضحة بشأن المنتج واستخداماته، الالتزام بالتطوير المستمر للمنتجات والالتزام بعدم خرق قاعدة العمل مثل الاحتكار.
- المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين:
تتضمن احترام قوانين العمل، ضمان حق العامل في التدريب والتكوين المستمر وإشراكه في اتخاذ القرارات، تطبيق الأمن الوظيفي والأمن من حوادث العمل وتقديم مساعدات مادية لتوفير السكن ووسائل النقل، نظام تأمين ورعاية صحية وتقديم حوافز مالية.
- المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين:
تعظيم قيمة السهم وتحقيق أقصى ربح ممكن، حماية أصول المؤسسة، الحق في الحصول على معلومات كافية عن أداء المؤسسة، التعامل العادل مع المساهمين، إشراكهم في القرارات الهامة للمؤسسة.
- المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

تتمثل مسؤولية المؤسسة الاجتماعية في تقديم الخدمات التي تعود بالنفع العام لأفراد المجتمع ونجد من بينها: المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء المرافق العامة والمرافق الترفيهية، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، دعم الأنشطة الرياضية والثقافية، احترام العادات والتقاليد، رعاية الأعمال الخيرية ودعم المؤسسات الصحية والتعليمية.

- المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:

حماية البيئة من الأضرار الناجمة عن نشاط المنظمة، إنتاج منتجات صديقة للبيئة، الحفاظ على الموارد الطبيعية، المساهمة في حملات حماية البيئة، تبني سياسة بيئة رشيدة¹.

- المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين:

ينظر الى العلاقة ما بين الموردين ومنظمات الاعمال على انها مصالح متبادلة، لذلك يتوقع الموردون ان تحترم منظمات الاعمال تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة التي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد وخاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية. وأسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة لمنظمات الاعمال بالإضافة الى تسديد الالتزامات، والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل².

المبحث الثالث. استراتيجيات، معيقات وعوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

يختلف تطبيق المسؤولية الاجتماعية من مؤسسة الى أخرى فكل مؤسسة تعتمد على استراتيجية معينة وفقا للظروف التي تمر بها، فهناك عوائق تحول بين المؤسسة وبين تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية تعمل المؤسسة على تجاوزها من خلال عدة عوامل مساعدة.

المطلب الأول. استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

يتمحور الأداء الاجتماعي للمؤسسة حول أربعة مواقف أو استراتيجيات تتمثل فيما يلي:

أولاً: استراتيجية عدم تبني للمسؤولية الاجتماعية او الممانعة.

تمثل هذه الاستراتيجية نظرة تقليدية للدور الاجتماعي للمؤسسة الاقتصادية، حيث ترى إدارة المؤسسة أنها غير ملزمة وبالتالي غير مسؤولة عن ممارسة دور اجتماعي اتجاه أي طرف من أصحاب المصالح، كما ترى أن الغاية الوحيدة من وجودها هو تحقيق العوائد والأرباح من خلال ممارسات اقتصادية فاعلة وكفؤة وأن القيام هذا الدور الاقتصادي كما يجب هو المسؤولية الوحيدة للأعمال، وأن ما يترشح من خلال هذا الدور الاقتصادي من ممارسات مفيدة اجتماعياً يمثل ناتج عرضي محتمل، لذلك فإن الإدارة لا تنفق على الأنشطة الاجتماعية لكونها تمثل تكاليف لا يفترض أن تتحملها. إن مجمل القرارات المتخذة يجب أن تكون اقتصادية فقط؛ لهذا ترفض القرارات التي لا تلبى معطيات الأرباح والعوائد المالية حتى لو كانت جيدة من الناحية الاجتماعية.

ثانياً: الاستراتيجية الدفاعية.

تهتم المنظمة وفق هذه الاستراتيجية بالقيام بأقل ما هو مطلوب منها قانونياً من خلال مواجهة المسؤوليات الاقتصادية والقانونية، فمع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية وزيادة تعالي الأصوات التي تنادي بحماية المستهلك والبيئة والالتزام بالإنتاج الانظف تلجأ المنظمات الى المناورات القانونية كتكتيك للمحاولة من تقليل وتحاشي الالتزامات المرتبطة بالمشاكل التي تسببها عمليات الإنتاج³.

ثالثاً: استراتيجية التكيف.

¹ طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية منظمات الاعمال الصغيرة والمتوسطة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص ص 96-97.

² محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية، مجلة الباحث، جامعة حسينية بن بوعلی، الشلف، الجزائر، العدد 12، 2013، ص 32.

³ فضالة خالد، مرجع سبق ذكره، ص 47.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

تستخدم المنظمات هذا النوع من الاستراتيجيات التوفيقية والتي تير الى تبني الحد من المتطلبات الأخلاقية، من خلال الالتزام بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية وكذا الأخلاقية.

وتنطلق المنظمة المستخدمة لهذا النوع من الاستراتيجيات من فرضية المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتقها في عدم تجاوز التشريعات الحكومية حتى لا تتعرض للمساءلة القانونية.

وسلوك المنظمة في هذا المستوى يكون منسجما مع المعايير السائدة للمجتمع والقيم والتوقعات السائدة، ولكن في أحيان أخرى قد ينشأ هذا السلوك نتيجة للضغوط الخارجية فقط وليس نابعا من ثقافة المنظمة.

رابعا: استراتيجية المبادرة الطوعية.

تشير هذه الاستراتيجية إلى أن المنظمة التي تتبنى هذا النوع من الاستراتيجيات تأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات الاجتماعية وتكون مصممة لتلبية كل من المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية، ويكون لديها الاستعداد للتعامل مع الاتهامات التي توجه إليها، وكذا إمكانية الاستجابة للضغوط الخارجية والتهديدات وكذا التشريعات الحكومية، انطلاقا من أن المنظمات التي تستخدم هذا النوع من الاستراتيجيات تفترض مسؤولياتها تجاه الأعمال التي تقوم بها.

كما أن الإدارات التي تتبع مثل هذا النوع من الاستراتيجيات ينبغي أن تتمتع بدرجة حرية كافية في مساندة الأعمال والمبادرات التي من شأنها أن تعزز سمعتها في السوق¹.

ويعرض الشكل الموالي استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

الشكل: (2-2) استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية



المصدر: ظاهر محسن منصور الغالبي، مرجع سبق ذكره، ص.98

¹ فؤاد محمد حسين الحمدي، الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية، للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة اعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، اليمن، 2003، ص 70.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

المطلب الثاني. معيقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

تواجه المؤسسات اليوم العديد من التحديات عند تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية نذكر منها مايلي¹.

المعيقات الإدارية: منها

- عدم احتواء بعض الشركات على إدارة العلاقات العامة؛
 - نقص الخبرة لدى الذين يشغلون إدارات وأقسام الشركات فيما يتعلق بالأمور الاجتماعية والأخلاقية؛
 - ضعف الاحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو ف الواقع مرتبط بفلسفة الادارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة، وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية؛
 - إهمال الإدارات العليا في عملية اشتراك المستويات الإدارية الأخرى في عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية؛
 - عدم وجود اتصالا فاعلا من قبل الإدارات مع الجمهور.
- #### المعيقات القانونية: وتتلخص في :
- الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة؛
 - عدم وجود صيانة سياسية اجتماعية أخلاقية، التي هي وظيفة من وظائف التخطيط الاستراتيجي؛
 - عدم وضع دستور اجتماعي أخلاقي في منظمات الأعمال، كالذي يتم تطبيقه في كبرى الشركات في العالم؛
 - عدم احترام التشريعات والقوانين والأنظمة في سبيل تحقيق المكاسب المادية وعندما يقدمون على مخالفة يضعون في حسابهم إحدى الاحتمالات التالية :
 - قد لا يكتشف أمر المخالف
 - قد لا يتم إدانة المخالف؛

أما إذا اكتشف أمره أو دين فقد تغطي المكاسب المالية التي يحصل عليها ما يتحمله من خسائر؛ لأن المسؤولية الاجتماعية هي التزام أخلاقي من قبل المديرين على الأغلب لم تفرضه القوانين والأنظمة بل تحتمه ضرورات المنفعة المجتمعية العامة أدت إلى ضعف الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية عند المدراء.

المعيقات المالية: نذكر منها

- هدف بعض الشركات هو تعظيم الأرباح فقط؛
 - الاعتقاد بأن إيلاء الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى خفض أرباح الشركة وإضعافها في المنافسة الدولية؛
 - نقص الموارد المالية التي تحول دون الاسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية؛
 - صعوب الجمع بين العمل المريح وعمل الشركة المتجاوبة اجتماعياً.
- إضافة الى معيقات أخرى وهي².

- عدم توافر معايير او مؤشرات يتم بها تقييم بها تقييم أداء المسؤولية الاجتماعية
- عدم توافر كوادر ووحدات إدارية مختصة ومؤهلة لتخطيط وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية لإدارة العلاقات العامة
- ضعف توافر الاستراتيجيات وغياب الشكل التنظيمي المخطط في أداء المسؤولية الاجتماعية واليات العمل المرتبطة بها
- عدم ووجود نظام يحفز ويكافئ الشركات النشيطة في مجال اعمال المسؤولية الاجتماعية
- اهمال البيئة الداخلية للشركات لحقوق العاملين وعدم الالتزام بتطبيق اخلاقيات العمل مثل سوء بيئة وظروف العمل، الشفافية، نظام مرتبات غير عادل، مستوى الاجر ونظام المكافئة والتعويضات

¹ ام كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي حول منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، يومي 14-15 فيفري، 2012، ص ص 9-10.

² نعيمة منصور محمد القطراني، معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة اعمال، قسم إدارة اعمال، كلية الاقتصاد، جامعة بن غازي، 2016، ص ص 34-35.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

- ضعف ثقافة المسؤولية الاجتماعية وعدم وضوح مفهومها،
- عدم جاهزية القطاع المتلقي الرئيسي لمؤسسات المجتمع المدني للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها الشركات
- عدم تفاعل وسائل الاعلام مع المبادرات وبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها الشركات بالشكل المطلوب.

المطلب الثالث. عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

حتى تنجح هذه الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية هناك العديد من العوامل الرئيسية التي يجب إعدادها وتنظيمها قبل الشروع في إطلاق هذه البرامج وفي مقدمة هذه العوامل ما يلي¹:

- ضرورة إيمان منظمة الأعمال بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسئول فيها ابتداءً من أصحاب المنظمات، مروراً بمديرها التنفيذي، وانتهاءً بالموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وهو أمر لا تفضل به الشركة على مجتمعتها بل تفتخر به وتعتبره واجباً عليها
 - أن تقوم المنظمة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدلاً من الانتقاد والشكوى للسلبيات الموجودة؛
 - أن يصبح هذا النشاط جزءاً رئيسياً من أنشطة المنظمات يتم متابعته من قبل رئيس المنظمة، كما يتم متابعة النشاط التجاري، وتوضع له المخططات المطلوبة لتحقيقها تماماً كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية؛
 - يجب على الشركة أن تخصص مسؤولاً متفرغاً تفرغاً كاملاً لهذا النشاط، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة، وأن يكون له دور رئيسي وفاعل على مستوى الشركة.
 - إجراء مراجعة بيئية لآثار مخرجات المنظمة مع تبني السياسات اللازمة للتعامل مع الهدر والنواتج العرضية وترشيد الاستهلاك لمصادر الطاقة وكل ما يتعلق بالاستخدام الآمن لمنتجات المنظمة المعنية²⁰.
- هذه بعض العوامل التي من الممكن أن تساعد منظمات الأعمال على أن يصبح لديها برامج اجتماعية يمكن من خلالها أن تخدم مجتمعتها وتساهم في تطويره وتنميته وتصبح جزءاً منه وتتجاوز رؤيتها تحقيق الأرباح إلى المشاركة الاجتماعية التي هي خير وأبقى.

¹ ام كلثوم جماعي، سمير بن عبيد العزيز، مرجع سبق ذكره، 10-11.

الفصل الثاني: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

خلاصة:

تمتد جذور المسؤولية الاجتماعية الى عمق تاريخي ليس بالقريب، فهي بتطور الفكر الاداري والانعكاسات المختلفة التي طرأت عليه، وتعد المسؤولية الاجتماعية التزام من قبل المؤسسات بالسلوك الأخلاقي وتحمل مسؤولياتها اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه، حيث يترتب عن هذا الالتزام مجموعة من الواجبات الطوعية والاختيارية التي يتعين على المؤسسة ان تؤديها اتجاه كل العاملين، الموردين، الزبائن، البيئة.....

ولقد كانت المؤسسة في البداية تتبنى المسؤولية الاجتماعية نتيجة ضغوط خارجية عليها وتعتبرها تكلفة إضافية، اما حاليا فهي تتبناها ايمانا وقناعة منها بالدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في قيادة المؤسسة نحو التميز والاستمرار.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية لواقع

تطبيق المسؤولية

الاجتماعية في مؤسسة

عبيدي-ولاية قالمة-

تمهيد:

بعد تطرقنا في الفصلين السابقين إلى الأسس النظرية للمؤسسة الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية ودور هذه الأخيرة في الدفع بالمؤسسة نحو النجاح والتطور والبقاء لأطول فترة ممكنة، يأتي هذا الفصل الذي نحاول من خلاله القيام بدراسة ميدانية على إحدى المؤسسات الجزائرية والمتمثلة في مؤسسة عبيدي المتواجد مقرها بولاية قالمة. وقد حاولنا من خلال هذا الفصل معرفة واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة وتقييم مدى التزام المؤسسة بهذا المفهوم حيث قمنا بدراسة عينة من موظفي المؤسسة لمعرفة مدى وعيهم واهتمامهم بالمسؤولية الاجتماعية.

المبحث الأول. تقديم عام للمؤسسة.

خصص هذا المبحث لتقديم عام حول مؤسسة عبيدي من خلال تبيان طبيعة نشاطه وكيفية نشأته مع إبراز أهم الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها.

المطلب الأول. تعريف مؤسسة عبيدي.

تم انشاء مؤسسة عبيدي في افريل 2002 براس مال قدر 124140000.00دج وقد ارتكز على المطاحن لإنتاج مادة الفرينة فقط، ويعتبر من احد المؤسسات الصناعية الناشئة التي بدأت تفرض أهميتها على المستوى المحلي والوطني وتربح المؤسسة على مساحة 3500 متر مربع منها 14900 متر مبنية في انتظار التوسع تقع هذه المؤسسة بولاية قالمة على بعد 4 كلم من وسط المدينة، اما اسم المؤسسة جاء نسبة الى صاحب المؤسسة، في جوان 2006 بدأت المؤسسة بالقيام بعملية التوسع حيث أضافت وحدة انتاج مواد التغليف والتعبئة الخاصة بالقمح ومشتقاته وهذا في فكرة تطبيق استراتيجية التكامل الافقي، وفي بداية 2009 قامت المؤسسة بالتوسيع في المطاحن حيث تم انشاء فرع لإنتاج القمح الصلب وفي افريل من نفس السنة تم انشاء فرعين جديدين الأول لنقل البضائع على كل المسافات والثاني محطة للتزود بالوقود، ليتواصل التوسع في سنة 2011 والذي تمثل في انشاء مركب "زيمية" للمصبرات الغذائية.¹

المطلب الثاني. اهداف مؤسسة عبيدي.

تسعى مؤسسة عبيدي دائما الى تحقيق الأهداف التي تتطلع اليها والتي تضمن لها البقاء والاستمرار إضافة الى ان تكون رائدا في انتاج المصبرات الغذائية والمنتجات المشابهة في السوق من خلال تعزيز وضعيتها في السوق المحلي والوصول الى الأسواق الدولية وذلك من خلال السعي الى تحقيق مايلي².

- رفع الإنتاجية والعمل على تحسين النوعية.
- العمل على تحقيق الاكتفاء الذاتي على المستوى المحلي.
- تنظيم وتطوير هياكل الصيانة بحيث يرتفع مردود الإنتاج.
- الاستيلاء على أكبر حصة سوقية.
- تلبية الطلب المتزايد على المصبرات في السوق الجزائرية.
- توسيع إطار الشراكة مع المؤسسات الأجنبية.
- المساهمة في التنمية الزراعية من خلال دعم الفلاحين بالأسمدة والمبيدات الفلاحية إضافة الى ابرام عقود بشراء جميع المحاصيل.
- تحسين المنتوجات مما يقلل حدة المنافسة والوصول الى المرتبة الأولى من ناحية الجودة والتسيير.
- التقليل من التلوث واستخدام مواد صديقة للبيئة.
- فتح مناصب شغل والتقليل من حدة البطالة.

¹ وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

² المرجع نفسه.

المطلب الثالث. الهيكل التنظيمي لمؤسسة عبيدي.

يتكون الهيكل التنظيمي لمؤسسة عبيدي من:

الإدارة العامة. وتتكون من.

المدير. ويتمثل دوره في الاشراف العام على المؤسسة وتسييرها والتنسيق ما بين مختلف مصالحها.

الأمانة. القيام بالعمليات العادية للسكترتارية والمحافظة على الوثائق الخاصة بالإدارة.

مصلحة الإنتاج. وتضم

قسم للإنتاج. يقوم بمختلف العمليات الإنتاجية، ابتداء من دخول المواد الأولية الى غاية خروجها كمنتج نهائي

قسم الصيانة. مراقبة المعدات وصيانة الوسائل

مصلحة المحاسبة والمالية. تعتبر من اهم المصالح في المؤسسة لأنها ترتبط ارتباط وثيق بمختلف المصالح وتعتبر العمود الفقري

للمؤسسة وتضم.

المالية. تقوم بإعداد التقرير الشهري الخاص بالمصلحة ويوضح الوضعية المالية للمؤسسة.

المحاسبة. تعمل على ضبط حسابات المؤسسة اليومية لسيولة الخزينة الداخلة والخارجة من والى المؤسسة واعداد الوثائق الختامية.

الصندوق. مراقبة الأموال الداخلة والخارجة من والى الصندوق.

مصلحة التجارة والتوزيع. وتضم

قسم التموين. يقوم بالإشراف على عمليات التموين التي تحتاجها المؤسسة لعمليات الإنتاج والشغل.

قسم التوزيع. وهو المسؤول عن عمليات تسويق منتجات المؤسسة.

مصلحة الوسائل العامة. وتضم

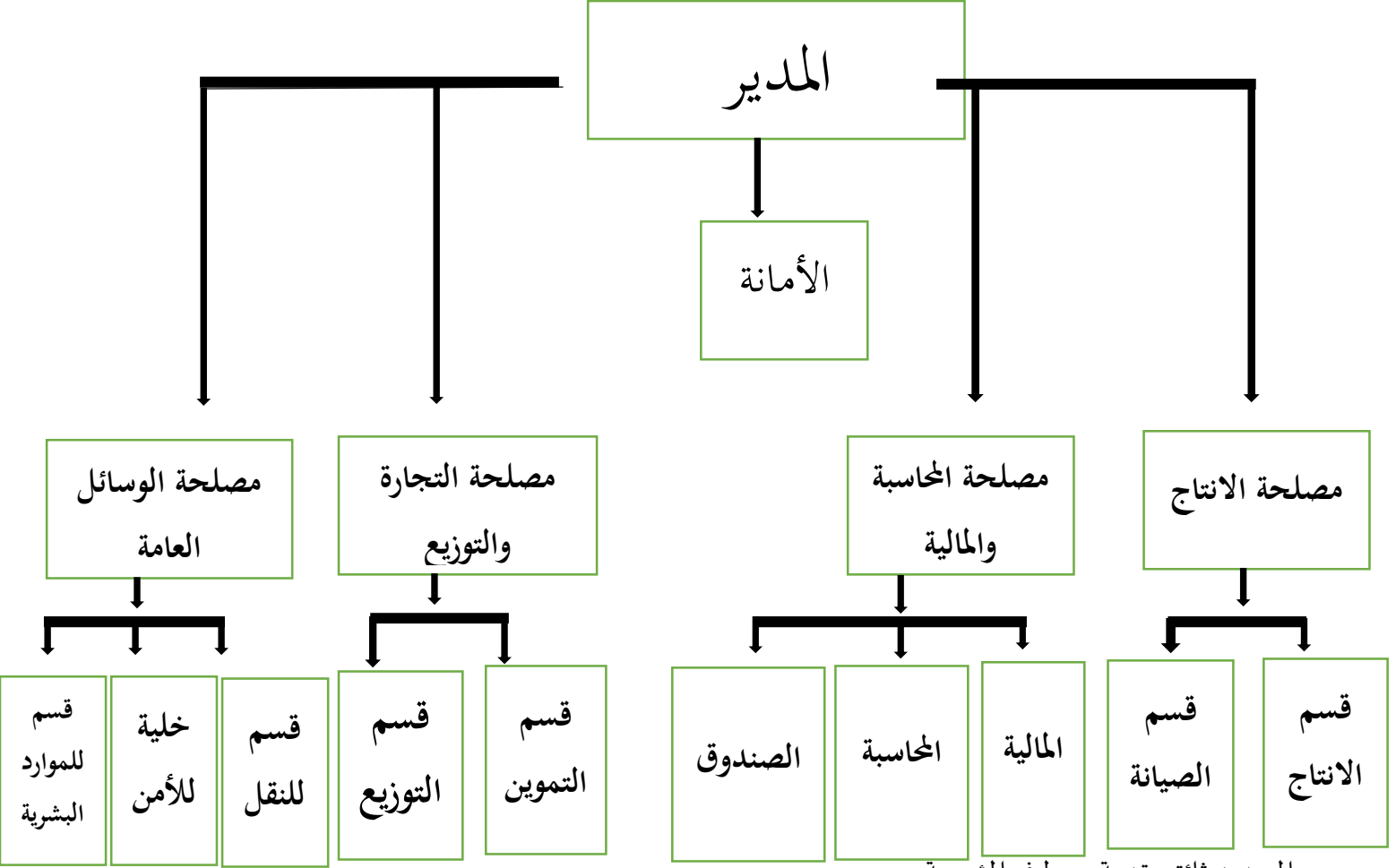
قسم النقل. الذي يضمن كل متطلبات المؤسسة.

خلية للأمن. تعمل على ضمان الحراسة والامن للمؤسسة.

قسم للموارد البشرية. ينظم الموارد البشرية داخل الوحدة، ويهتم بشؤون العمال الإدارية والاجتماعية

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل (3-1) الهيكل التنظيمي لمؤسسة عبيدي



المصدر: وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

المبحث الثاني. منهجية الدراسة وخطواتها الإجرائية

من خلال هذا المبحث سنحاول دراسة واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية -مؤسسة عبيدي- من خلال عينة من عمال وموظفي المؤسسة وسنتناول في هذا في هذا المبحث كيفية تصميم منهجية هذه الدراسة التطبيقية وذلك من خلال المطالب الثلاثة التالية.

المطلب الأول وصف مجتمع وعينة الدراسة امل المطلب الثاني بعنوان التعريف بأداة الدراسة اما بالنسبة للمطلب الثالث كان تحت عنوان صدق وثبات أداة الدراسة.

المطلب الأول. وصف مجتمع وعينة الدراسة.

أولا. مجتمع الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من عمال مؤسسة عبيدي بمختلف مستوياتهم وقد تم اختيار عينة عشوائية تتكون من 35 فرد من اجل معرفة اراء العمال حول واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة حيث قمنا باختيار افراد العينة من مختلف المستويات الوظيفية، وتم توزيع 35 استمارة استبيان على افراد العينة واسترجاع 35 استمارة استبيان، وبعد تدقيقها بغرض التحليل تم اعتمادها كلها لاكتمال الإجابات فيها.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قلمة-

ثانيا. عينة الدراسة.

هي اختيار عناصر من مجتمع الدراسة لجمع البيانات بما يخدم ويناسب ويعمل على تحقيق اهداف الدراسة قمنا اختيار عينة تتكون من 35 فرد من مؤسسة عبيدي من اجل معرفة اراء العمال حول واقع المسؤولية الاجتماعية في المجتمع حيث قمنا باختيار افراد العينة من مختلف المستويات الوظيفية.

ثالثا: تنفيذ أداة الدراسة

مر الجانب التطبيقي بعدة مراحل يمكن ذكرها مايلي

1. تصميم الاستبيان

بعد الانتهاء من الجزء النظري للدراسة تم الشروع في اعداد استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالمتغيرات الأساسية للدراسة بعد ذلك تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المتمكنين من اعداد الاستمارات والذين يملكون الخبرة والتخصص في هذا المجال وذلك للتحكيم والتقييم والاستفادة من آرائهم في تعديلها والوقوف على دقة وصلاحيه العبارات التي تضمنها ل محور

2. عرض محتوى الاستبيان

تم اعداد استمارة الاستبيان في أربعة صفحات تضمنت الصفحة الأولى اسم الجامعة والكلية والتخصص وأيضا عنوان الدراسة واسم الباحث والمشرف والغرض من الدراسة بالإضافة الى التأكيد على سرية المعلومات التي سيتم جمعها اما فيما يخص الأربعة صفحات الأخرى تضمنت جزئين أساسيين هما:
الجزء الأول: تضمن مجموعة من العبارات التي تتعلق بالمستجوب (بيانات شخصية) وهي العمر، الجنس، المستوى الدراسي.....

الجزء الثاني: والذي جاء متضمنا الى 28 عبارة بوبت في خمسة محاور أساسية ولقد تمت صياغة العبارات المعتمدة في التحليل على مقياس ليكارت الخماسي ويمكن عرض المحاور كمايلي

3. توزيع الاستمارة

بعد الانتهاء من تصميم استمارة الاستبيان وتحكيمها تم طبع 35 نسخة لتوزيعها على عينة الدراسة وتمت توزيعها بطريقة مباشرة بحيث صاحب هذا التوزيع شرح الهدف من الدراسة وأهميته وضرورة تقديم إجابة صحيحة وموضوعية حيث تم استرجاع 35 استبيانا وتفريغها في الحاسوب الالي من اجل معالجتها وتحليلها ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول الاتي:

الجدول 3-1 الاستمارات المقبولة والمرفوضة

الاستمارات المقبولة	الاستمارات المرفوضة	العدد الإجمالي للاستمارات
35	00	35

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss20

وقد تمت معالجة وتحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية لمعالجة البحوث الاجتماعية spss v20 وهي نسخة باللغة العربية اذ بإمكان هذا البرنامج اجراء مختلف المعالجات الإحصائية من خلال استخراج كل أنواع الجداول والمقاييس الإحصائية المناسبة للتحليل واختبار الفرضيات.

المطلب الثاني. التعريف بأداة الدراسة.

تم الاعتماد على برنامج SPSS20 في تحليل البيانات كما تم الاعتماد على جملة من الأساليب الإحصائية التي يرى الباحث انها كانت الأفضل للتعامل مع بيانات الدراسة وكانت كالآتي.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

1. استخدام مقياس ليكارت الخماسي: بعد انتهاء عملية الترميز للاستمارات المسترجعة تم الانتقال الى مرحلة ادخال البيانات في الحاسوب الالى باستعمال برنامج spss20 وقد تم الاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي لقياس اراء العينة حول كل عبارة من عبارات الاستبيان وتحديد درجة تقييم المتوسط الحسابي من خلال تحديد المجالات كمايلي

الجدول 2-3 جدول مقياس ليكارت الخماسي

البيان	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss20

ولتحديد طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي أي تحديد الحدود الدنيا والعليا تم حساب المدى (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي $0.8=5/4$ ثم إضافة هذه القيمة الى اقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول 3-3 جدول مجالات مقياس ليكارت الخماسي

المجال	التقييم
1-1.8	غير موافق تماما
1.8-2.6	غير موافق
2.6-3.4	محايد
3.4-4.2	موافق
4.2-5	موافق بشدة

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss20

2. اختبار الفاكرونباخ: والذي يقيس درجة الثبات الداخلي لعبارات الاستبيان حيث يأخذ هذا المعامل القيمة ما بين الصفر والواحد فاذا كانت القيمة اقل من 0.5 ان الثبات ضعيف وعليه الاستبيان غير مقبول في حين إذا كانت في حدود 0.6 يعتبر مقبولا وإذا كانت محصورة ما بين 0.6 و0.8 فان الثبات جيد اما إذا كانت قيمة العامل أكبر من 0.8 فان الثبات مثالي.

3. معامل سيبرمان: استخدم هذا المعامل لتحديد درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور التابعة له كما استخدم أيضا لمعرفة طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

4. اختبار كلمنجرروف-سمرنوف تم الاعتماد على هذا الاختبار لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ام لا.

5. اختبار صدق الاتساق الداخلي والصدق البنائي: للتأكد من مصداقية وواقعية العبارات التي تضمنها الاستبيان وأنها تقيس ما وضعت لقياسه.

6. التوزيعات التكرارية والنسب المئوية: وهي عبارة عن الحالات التي وقع فيها حدث معين ومن تلك التكرارات يتمكن حساب النسب المئوية وقد تم الاستعانة بها لمعرفة الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد العينة.

7. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: يعتبر المتوسط الحسابي من مقاييس النزعة المركزية يتم حسابه بغرض التعرف على متوسط إجابات افراد العينة ومقارنتها بمجال التقييم المعتمد في هذه الدراسة اما الانحراف المعياري فيعتبر من مقاييس التشتت يتم الاعتماد عليه من اجل قياس درجة تشتت قيم استجابات عينة الدراسة أي مدى انحرافها اتجاه كل عبارة او محور وعليه كلما كان الانحراف المعياري اقل كلما كانت المتوسط الحسابي للعينة اكثر دقة.

8. اختبار ستودنت: تم الاعتماد عليه لاختبار الفرضيات

9. اختبار التباين الأحادي (Anova Way-One): لمعرفة الفروق بين محاور الدراسة وفقا للمتغيرات الديموغرافية.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة.

اولا: اختبار صدق الدراسة

قصد التعرف على صلاحية الأداة والتأكد من مدى تحقيق الأداة للغرض الذي وضعت لأجله تم الاعتماد في هذه الأداة على أكثر من نوع.

1. الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

للتأكد من الصدق الظاهري للأداة تم الاعتماد على طريقة صدق المحتوى لأداة القياس (الاستبيان) المستخدمة في هذه الدراسة حيث تم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من الاساتذة من جامعة قلمة للتأكد من تغطيتها لجوانب الدراسة الأساسية ثم عدلت الأداة بناء على ملاحظاتهم حيث تم إضافة عبارات أخرى لتصبح أكثر وضوحا لأفراد العينة وأكثر صدقا في قياس موضوع الدراسة.

2. صدق الاتساق الداخلي.

لمعرفة مدى اتساق عبارات الاستمارة وصدقها تم حساب معامل الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي اليه.

الجدول 3-4 معامل الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الأول

رقم العبارة	محتوى العبارة	معامل الارتباط سيبرمان	مستوى المعنوية
1	تساهم المؤسسة في التقليل من مستوى البطالة في المجتمع	0.375	0.26
2	تتوافق اهداف ورسالة المؤسسة مع اهداف وقيم المجتمع	0.617	0.00
3	تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعات	0.711	0.00
4	تساهم المؤسسة في دعم الأنشطة الرياضية والعلمية والثقافية	0.542	0.01
5	تقدم المؤسسة الدعم للجمعيات الخيرية والمؤسسات التي تقوم بخدمة المجتمع	0.437	0.03
6	تساهم المؤسسة في انجاز مشاريع الأساسية من مدارس طرقات	0.408	0.15

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

من نتائج الجدول أعلاه نلاحظ ان مستوى المعنوية لأغلب العبارات اقل من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 كما نلاحظ أيضا ان معامل الارتباط سيبرمان لكل العبارات موجبة وتتراوح ما بين 0.375 الى 0.711 وعليه يمكن القول انه هناك ارتباط معنوي ومنه فان جميع عبارات المحور الأول صادقة ومتسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي اليه مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول.

الجدول 3-5 معامل الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثاني

رقم العبارة	محتوى العبارة	معامل الارتباط سيبرمان	مستوى المعنوية
1	تحتزم المؤسسة قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي	0.43	0.1
2	تستخدم المؤسسة الطرق والتقنيات الحديثة لتجنب التلوث	0.634	0.00
3	توجه المؤسسة افرادها نحو اكتساب وتبني الثقافة البيئية	0.753	0.00
4	يوجد نظام للإدارة البيئية في المؤسسة	0.286	0.95
5	تساهم المؤسسة في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي	0.645	0.00

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط سيبرمان كلها موجبة وتتراوح قيمتها ما بين 0.286 و0.753 وعليه يمكن القول انه هناك ارتباط معنوي ومنه فان جميع عبارات المحور الثاني صادقة ومتسقة داخليا مع المحور الذي تنتهي كما ان مستوى المعنوية لأغلبية العبارات اقل من مستوى المعنوية المعتمد وبالتالي فعبارات المحور الثاني متسقة فيما بينها

الجدول 3-6 معامل الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثالث

رقم العبارة	محتوى العبارة	معامل الارتباط سيبرمان	مستوى المعنوية
1	توفر المؤسسة البرامج اللازمة لتنمية مهارات العاملين	0.705	0.00
2	تقوم المؤسسة بإرساء قنوات اتصال قائمة على معايير المصادقية والشفافية	0.708	0.00
3	تعطي المؤسسة لجميع العمال حق التعبير عن شخصيتهم والابداع في العمل	0.700	0.00
4	تعمل المؤسسة على توفير الامن الصناعي وتفاذي حوادث العمل	0.674	0.00
5	تقدم المؤسسة حوافز للعاملين	0.757	0.00
6	يتم اشراك العاملين في عملية اتخاذ القرارات بالمؤسسة	0.786	0.00

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

نرى من خلال الجدول أعلاه ان عبارات المحور الثالث قيمة مستوى المعنوية لها هو 0 لجميع العبارات أي انه اقل من مستوى المعنوية المعتمد وكذلك معاملات الارتباط للعبارات كلها موجبة وتتراوح قيمتها ما بين 0.674 و0.786 ومنه يمكن القول ان جميع عبارات المحور الثالث صادقة ومتسقة داخليا مع المحور الذي تنتهي اليه مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث

الجدول 3-7 معامل الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الرابع

رقم العبارة	محتوى العبارة	معامل الارتباط سيبرمان	مستوى المعنوية
1	تراعي المؤسسة القدرات الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها	0.512	0.02
2	تعمل المؤسسة على تقديم منتجات تتماشى ورغبات المستهلكين	0.787	0.00
3	تستمع المؤسسة لشكاوى المستهلكين وتقدم حلاولا لها	0.516	0.02
4	تتميز إعلانات المؤسسة بالصدق عند الترويج لمنتجاتها	0.609	0.00
5	تراعي المؤسسة ظروف الصحة والسلامة اثناء تقديم المنتج	0.653	0.00

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

نلاحظ من الجدول أعلاه ان كل معاملات الارتباط سيبرمان هي موجبة اقل قيمة لها هي 0.512 وأكبر قيمة لها هي 0.787 وهذا ما يدل على ان جميع عبارات المحور الرابع صادقة ومتسقة داخليا مع المحور الذي تنتهي اليه كما ان قيمة مستوى المعنوية لكل العبارات اقل من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الرابع.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قالمة-

الجدول 3-8 معامل الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الخامس.

رقم العبارة	محتوى العبارة	معامل الارتباط سيبرمان	مستوى المعنوية
1	تقوم المؤسسة بتحسين الشروط التفاوضية مع الموردين	0.748	0.00
2	تسدّد المؤسسة مستحقّاتها مع الموردين في آجالها المحددة	0.605	0.00
5	منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرار العلاقة لأطول مدة	0.832	0.00
4	تختار المؤسسة الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية	0.677	0.00
5	الصدق في التعامل وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل	0.716	0.00

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

نرى من خلال الجدول أعلاه ان قيمة مستوى المعنوية يساوي 0.00 لجميع العبارات امحور الخامس أي انه اقل من مستوى المعنوية المعتمد وكذلك معاملات الارتباط للعبارات كلها موجبة وتتراوح قيمتها ما بين 0.605 و0.832 ومنه يمكن القول ان جميع عبارات المحور الخامس صادقة ومتسقة داخليا مع المحور الذي تنتهي اليه مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الخامس.

3. الصدق البنائي.

تم اختبار الصدق البنائي من خلال قياس درجة الارتباط بين كل محور من محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية للاستبيان فكانت النتائج كالآتي:

الجدول 3-9 نتائج اختبار الصدق البنائي لمحاور الاستبيان.

رقم المحور	محتوى المحور	معامل الارتباط سيبرمان	مستوى المعنوية
الأول	المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	0.405	0.01
الثاني	المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	0.568	0.00
الثالث	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	0.832	0.01
الرابع	المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين	0.677	0.00
الخامس	المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين	0.821	0.00

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

يتضح من خلال الجدول ان معاملات الارتباط المتحصل عليها لكل محور من محاور الدراسة هي موجبة كما نلاحظ ان قيمة مستوى المعنوية للمحاور الخمسة اقل من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 أي يوجد ارتباط بين المحاور والاستبيان ككل وعليه تعتبر المحاور صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه.

ثانيا: قياس ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات أداة الدراسة قدرة الاستبيان على إعطاء نفس النتائج عند تكرار تطبيقه في قياس نفس الشيء أكثر من مرة على نفس العينة وفي ظروف تطبيقية مناسبة ولقياسه تم حساب معامل الفا كرونباخ وكانت النتائج كالآتي:

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قالمة-

الجدول 3-10 قياس ثبات الاستبيان باستخدام الفا كرونباخ

رقم المحور	عدد العبارات	قيمة الفا كرونباخ
الأول	6	0.687
الثاني	5	0.707
الثالث	6	0.952
الرابع	5	0.724
الخامس	5	0.853
جميع عبارات الاستبيان	27	0.849

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان معامل ثبات المحاور يتراوح ما بين 0.687 و0.952 وان معامل الثبات لجميع عبارات الاستبيان مرتفع جدا حيث بلغ 0.849 أي بنسبة 84.9 هذه النسب تزيد عن النسبة المقبولة احصائيا والمقدرة 60% وهو ما يدل على ان الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة واختبار صحة الفرضيات الموضوعية.

ثالثا: اختبار طبيعية عينة الدراسة.

قبل اجراء مجموعة من الاختبارات والتحليلات الإحصائية لفرضيات الدراسة، كان لا بد من تحقيق رط التوزيع الطبيعي لان معظم هذه الاختبارات تشترط ان يكون توزيع البيانات طبيعيا حيث قمنا باختبار كولوموجروف-سمرنوف وكانت النتائج كالآتي:

H0: تتبع البيانات التوزيع الطبيعي.

H1: لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي

الجدول 3-11 نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة

رقم المحور	مستوى المعنوية
الأول	0.00
الثاني	0.00
الثالث	0.00
الرابع	0.00
الخامس	0.00

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة مستوى المعنوية اقل من 0.05 ومنه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ومنه البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي ولكن بما ان حجم العينة اكبر من 30 يمكن اعتبار ان العينة تتبع التوزيع الطبيعي ونسقط اختبار كولوموجروف سمرونوف، وبذلك يكون قد تم التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة التي اعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة مما يجعلنا على ثقة تامة بصدق وصحة وثبات العبارات التي تضمنها الاستبيان بالإضافة الى التأكد من طبيعية عينة الدراسة وهذا ما يجعلها صالحة للتحليل وبالتالي إمكانية اختبار الفرضيات الموضوعية.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

يتم من خلال هذا المبحث عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستبيان الموزع على الموظفين في المؤسسة باستخدام أدوات التحليل الإحصائي الوصفي والاستدلالي وفيمايلي نستعرض تحليل لكل متغير من متغيرات الدراسة.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

خصص هذا العنصر لتحليل نتائج الجزء الأول للاستمارة والمتعلق أساسا بمحور البيانات الشخصية والمعلومات الوظيفية للشخص المستجوب.

- توزيع افراد عينة الدراسة حسب الجنس.

الجدول الموالي يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس (ذكر – انثى)

الجدول 3-12 توزيع افراد العينة وفقا للجنس.

المتغير	البيان	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	20	57.1%
	انثى	15	42.9%
المجموع		35	100%

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على spss20

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان عدد العينة هو 35 حيث نجد 20 عامل من الذكور في حين نجد ان عدد الاناث هو 15 ونرى أيضا ان نسبة الذكور تمثل 57.1% أكبر من نسبة الاناث والتي تمثل 42.9% وهذا راجع الى طبيعة نشاط المؤسسة الذي يحتاج الذكور أكثر من الاناث لقدرتهم على التحمل أكثر خاصة وان نشاط المؤسسة يحتاج لجهد فكري وعضلي وحتى زيادة ساعات عمل في الليل وليس كالعنصر الانثوي الذي يتمتع ببعض المميزات كعطل الامومة التي من شأنها ان تتسبب في تعطيل سير العمل.

- توزيع افراد العينة الدراسة وفقا للمركز الوظيفي.

الجدول 3-13 توزيع افراد العينة وفقا للمركز الوظيفي.

المتغير	البيان	العدد	النسبة %
المركز الوظيفي	الإدارة العليا	4	11.43%
	الادارة الوسطى	20	57.14%
	الإدارة التنفيذية	11	31.43%
المجموع		35	100%

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss20

يمثل الجدول الموالي عدد ونسب عمال المؤسسة محل الدراسة حيث نجد في الإدارة العليا 4 عمال فقط يمثلون نسبة 11.43% من النسبة الاجمالية للعمال ويرجع سبب انخفاض هذا العدد الى طبيعة ونشاط المؤسسة الذي لا يحتاج الى عدد كبير من العمال في الإدارة العليا، اما فيما يخص الإدارة الوسطى فبلغ عدد العمال بها 20 عامل يمثلون نسبة 57.14% ولدينا 11 عامل بنسبة 31.43% يمثلون الإدارة التنفيذية.

- توزيع افراد العينة وفقا للفئات العمرية.

الجدول 3-14 توزيع افراد العينة وفقا للفئات العمرية.

المتغير	البيان	العدد	النسبة
الفئات العمرية	اقل من 30 سنة	8	22.86%
	من 30 سنة الى 40 سنة	21	60%
	أكبر من 40 سنة	6	17.14%
المجموع		35	100%

المصدر من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS20

يتعلق الجدول الموالي بتوزيع افراد العينة وفقا للفئات العمرية حيث نجد ان أكبر من نصف العين تتراوح أعمارهم من 31 سنة الى 40 سنة يمثلون نسبة 60 وعدادهم هو 21 اما الذين أعمارهم اقل من 30 سنة فهم 8 ويمثلون 22.86 لتبقى نسبة 17.14 تمثل باقي العينة أي الذين أعمارهم أكبر من 40 سنة وعدادهم هو 6 عمال. من خلال الجدول نلاحظ ان المؤسسة يعتمد على فئة الشباب أكثر من الفئات الأخرى وهذا راجع الى طبيعة نشاط المؤسسة وثقافتها التي تهدف الى تكوين عنصر بشري شاب للاستفادة منه أطول مدة ممكنة.

- توزيع افراد العينة وفقا للمستوى الدراسي.

الجدول 3-15 توزيع افراد العينة وفقا للمستوى الدراسي.

المتغير	البيان	العدد	النسبة%
المستوى الدراسي	ثانوي او اقل	6	17.1%
	جامعي	28	80%
	دراسات عليا	1	2.9%
المجموع		35	100%

المصدر من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدو نلاحظ ان المؤسسة يعتمد بقوة على العنصر البشري المؤهل حيث نجد نسبة 80 من العينة لديهم المستوى الجامعي والذين يمثلون 28 عامل في حين 6 عمال فقط لديه مستوى ثانوي او اقل، اما بالنسبة للدراسات العليا فيوجد عامل واحد فقط يمثل نسبة 17.1

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لإجابات العينة

سنحاول من خلال هذا المطلب وصف إجابات العينة والجدول الموالية توضح ذلك:

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قلمة-

الجدول رقم (3-16) التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

رقم العبارة	الاجابات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه الاجابة
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
1	ت	11	19	4	1	0	4.14	2	موافق
	%	31.4	54.3	11.4	2.9	0			
2	ت	7	23	5	0	0	4.06	3	موافق
	%	20	65.7	14.3	0	0			
3	ت	11	16	4	2	2	3.91	4	موافق
	%	31.4	45.7	11.4	5.7	5.7			
4	ت	7	20	4	1	3	3.77	5	موافق
	%	20.00	57.1	11.4	2.9	8.6			
5	ت	14	21	0	0	0	4.40	1	موافق بشدة
	%	60.00	40.00	0	0	0			
6	ت	7	11	8	5	4	3.34	6	محايد
	%	20.00	30.6	22.2	13.9	11.4			
	المتوسط الكلي والانحراف المعياري للمحور الاول						3.91	0.6584	موافق

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss20

أ. التكرار % .النسبة المئوية

يظهر الجدول أعلاه واقع المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع في المؤسسة محل الدراسة حيث بلغ متوسط توفره 3.91 من 5 أي في المجال (3.4-4.2) أي ان اغلبية افراد العينة موافقون ويرون ان المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع متوفرة في المجتمع بدرجة جيدة

وتراوحت متوسطات عبارات المحور الأول والذي يمثل اراء افراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع بين 4.40 و3.34

ومن خلال قراءة النسب والتكرارات لعبارات المحور الأول يظهر لنا.

- معظم المتوسطات لعبارات المحور الأول تنتمي للمجال من 3.34 الى 4.40 وهذا ما يعني ان الموافقة فيها كانت كبيرة أي انه معظم افراد العينة يرون ان المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع في المجتمع متوفرة.
- العبارة الخامسة (تقدم المؤسسة الدعم للجمعيات الخيرية والمؤسسات التي تقوم بخدمة المجتمع) جاءت في المرتبة الأولى من حيث توفرها بمتوسط حسابي بلغ 4.40 وانحراف معياري 0.497 أي انها تنتمي للمجال الخامس موافق بشدة ويعزى ذلك كون المؤسسة تساهم وتدعم الجمعيات الخيرية والمراكز الثقافية والرياضية
- العبارة الأولى (تساهم المؤسسة في التقليل من مشكلة البطالة في المجتمع) جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.14 وانحراف معياري 0.733 أيضا جاءت في المجال موافق بشدة ويعود ذلك الى ان المؤسسة تساهم في التشغيل المباشر والموسي خاصة فصل جني الطماطم والقمح.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قلمة-

- العبارة الثانية (تتوافق رسالة واهداف المؤسسة مع اهداف وقيم المجتمع) وبمتوسط حسابي بلغ 4.06 وانحراف معياري 0.591 جاءت في المجال الخامس موافق بشدة واحتلت المرتبة الثانية ويعود ذلك الى ان المؤسسة تحترم ديانة المجتمع وتساهم في تقديس شعائرها خاصة منها رمضان عيد الأضحى الحج العمر إضافة الى لاحترامها لعادات وتقاليد المجتمع
- العبارة الثالثة (تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعات) بمتوسط حسابي بلغ 3.91 و انحراف معياري بلغ 1.095 احتلت المرتبة الرابعة وجاءت في مجال الموافقة ويعود ذلك كون المؤسسة تساهم وتساعد الطلبة في انجاز تقارير تربصهم ومذكرات التخرج
- العبارة الرابعة (تساهم المؤسسة في دعم الأنشطة العلمية والرياضية والثقافية) جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ 3.77 وانحراف معياري بلغ 1.078 وجاءت في مجال الرابع أي موافق
- العبارة السادسة (تساهم المؤسسة في انجاز مشاريع أساسية من مدارس وطرق وبرايم إسكان) كانت في المرتبة الأخيرة بمتوسط بلغ 3.34 وانحراف بلغ 1.282 وكانت ضمن المجال محايد

الجدول (3-17) التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية

اتجاه البيئة

رقم العبارة	الإجابات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه الاجابة
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
1	ت	10	23	2	0	4.23	0.547	1	موافق بشدة
	%	28.6	65.7	5.7	0				
2	ت	15	16	4	0	4.20	0.886	2	موافق بشدة
	%	42.9	45.7	11.4	0				
3	ت	9	23	3	0	4.06	0.765	5	موافق
	%	25.7	65.7	8.6	0				
4	ت	10	22	2	1	4.17	0.664	3	موافق
	%	28.6	62.9	5.7	2.9				
5	ت	8	22	3	2	4.11	0.796	4	موافق
	%	22.9	62.9	8.6	5.7				
موافق	المتوسط الكلي والانحراف المعياري للمحور الثاني					4.14	0.55		

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Spss20

ب. التكرار % النسبة المئوية

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

يظهر الجدول رقم (3-12) واقع المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة في المؤسسة محل الدراسة حيث بلغ متوسط توفره 4.18 من 5 أي انه في مجال موافق بشدة وهذا يعني ان اغلبية افراد العينة يرون ان المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة متوفرة في المجمع بدرجة كبيرة.

حيث تراوحت متوسطات عبارات المحور الثاني والذي يمثل اراء افراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة بين 4.31 و 4.23

ومن خلال قراءة النسب والتكرارات لعبارات المحور الثاني يظهر لنا.

- العبارة الأولى (تحتزم المؤسسة قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي) احتلت المرتبة الاولى بمتوسط حسابي بلغ 4.23 وانحراف معياري قدره 0.547 وكانت ضمن المجال موافق بشدة ويرجع الى الصرامة الكبيرة التي تبديها المؤسسة في المحافظة على البيئة من خلال مساهمتها في التوعية داخل وخارج المؤسسة بالإضافة الى القيام بحملات تنظيف وتشجير.
- العبارة الثانية (تستخدم المؤسسة الطرق والتقنيات الحديثة لتجنب التلوث والتخلص من النفايات والتلوث البيئي) جاءت في المجال موافق بشدة واحتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.20 وانحراف معياري 0.886 وهذا راجع الى ان المؤسسة تستعمل التكنولوجيات الحديثة لتقليل الانبعاثات ومسببات التلوث البيئي.
- العبارة الرابعة (يوجد نظام للإدارة البيئية في المؤسسة) جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 4.17 وانحراف معياري وصل الى 0.664 أي انها في مجال موافق ويرجع ذلك الى الخطة المسطرة من طرف ادارة المؤسسة للحفاظ على البيئة وحمايتها
- العبارة الثالثة (توجه المؤسسة افرادها نحو اكتساب وتبني الثقافة البيئية) جاءت ضمن مجال موافق واحتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 4.11 وانحراف معياري قدره 0.796 وسبب ذلك هو التذكير الدائم بأهمية ضرورة الحفاظ على البيئة خاصة في الاجتماعات
- العبارة الخامسة (تساهم المؤسسة في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي) جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة ويعزى ذلك لتدخل في حالات معينة لحل المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي بمتوسط حسابي بلغ 4.11 من 5 وكانت ضمن مجال موافق.
- العبارة الثالثة (توجه المؤسسة افرادها نحو اكتساب وتبني الثقافة البيئية) احتلت المرتبة الأخيرة الا انها كانت في مجال موافق بمتوسط حسابي بلغ 4.06 وانحراف معياري قدره 0.765 وسبب ذلك هو التذكير الدائم بأهمية ضرورة الحفاظ على البيئة خاصة في الاجتماعات

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قلمة-

الجدول (18-3) التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

العبارة	الإجابات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه الإجابة
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
1	ت	9	21	3	2	4.06	0.765	4	موافق
	%	25.7	60.00	8.6	5.7	0	0		
2	ت	20	10	1	4	4.31	0.993	2	موافق بشدة
	%	57.1	28.6	2.9	11.4	0	0		
3	ت	8	20	2	5	3.89	0.932	5	موافق
	%	22.9	57.1	5.7	14.3	0	0		
4	ت	24	7	0	4	4.46	0.980	1	موافق بشدة
	%	68.6	20.00	0	11.4	0	0		
5	ت	19	10	2	3	4.23	1.087	3	موافق بشدة
	%	54.3	27.8	5.6	8.6	2.9	1		
6	ت	6	21	2	5	3.74	1.010	6	موافق
	%	16.7	58.3	5.6	13.9	2.8	1		
المتوسط الكلي والانحراف المعياري للمحور الثالث									
موافق									

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Spss20

ب. التكرار % النسبة المئوية

يظهر الجدول رقم (3-13) واقع المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين حيث بلغ متوسط توفره 4.1 من 5 أي ان اغلبية افراد العينة يرون ان المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين متوفرة في المؤسسة وجاء ضمن مجال موافق. حيث تراوحت متوسطات راي افراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين بين 3.96 و 4.46 ومن خلال قراءة النسب والتكرارات لعبارات المحور الثالث يظهر لنا.

- العبارة الرابعة (تعمل المؤسسة على توفير الامن الصناعي وتفادي حوادث العمل) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4.46 وانحراف معياري قدره 0.98 وضمن المجال الخمس موافق بشدة ويرجع ذلك الى وجود خلية للأمن تسهر على امن وسلامة العمال.
- العبارة الثانية (تقوم المؤسسة بإرساء قنوات اتصال قائمة على معايير المصدقية والشفافية والاكتمال وسهولة الاتصال) جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.31 وانحراف معياري قدره 0.993 وكانت ضمن مجال موافق بشدة وهذا يرجع الى سهولة الاتصال داخل المؤسسة خاصة الاتصال الصاعد
- العبارة الخامسة (تقدم المؤسسة حوافز للعاملين) احتلت المرتبة الثالثة وبلغ متوسط حسابها 4.23 وانحراف معياري 1.087 وجاءت ضمن مجال موافق بشدة ويعزى ذلك الى المبادرات التي تقوم بها المؤسسة لتشجيع عمالها من خلال منحهم حوافز مادية ومعنوية

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قلمة-

- العبارة الأولى (توفر المؤسسة البرامج التدريبية اللازمة لتنمية مهارات العاملين) جاءت ضمن مجال موافق واحتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 4.06 ووصل انحرافها المعياري الى 0.765 وسبب هذا يرجع الى برامج التكوين والتدريب التي يخضع لها افراد المؤسسة لتنمية مهاراتهم وافكارهم
- العبارة الثالثة (تعطي المؤسسة لجميع العمال حق التعبير عن شخصيتهم والابداع في العمل) جاءت في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 3.89 وانحراف معياري 0.932 لتكون ضمن مجال موافق والسبب هو عدم الحرية المطلقة للعمال وانما حريتهم في حدود ضيقة فقط
- العبارة السادسة (يتم اشراك العاملين في عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة) احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.74 وانحراف معياري 1.010. فإشراك العاملين في اتخاذ القرارات المصيرية يكون قليل في المؤسسة لتكون في المجال الرابع أي موافق.

الجدول (3-19) التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين.

العبارة	الاجابات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه الاجابة
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
1	7	28	0	0	0	4.23	0.426	2	موافق بشدة
	20.00	80.00	0	0	0				%
2	9	25	1	0	0	4.31	0.471	1	موافق بشدة
	25.7	71.4	2.9	0	0				%
3	9	23	3	0	0	4.17	0.707	3	موافق
	25.7	65.7	8.6	0	0				%
4	17	14	4	0	0	3.97	1.2	5	موافق
	48.6	40.00	11.4	0	0				%
5	20	12	3	0	0	4.09	1.22	4	موافق
	57.1	34.3	8.6	0	0				%
المتوسط الكلي والانحراف المعياري للمحور الرابع									
						4.31	0.63		موافق بشدة

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Spss20

ب. التكرار % النسبة المئوية

يظهر الجدول رقم (3-13) واقع المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين في المؤسسة محل حيث بلغ متوسط توفره 4.31 من 5 أي ان اغلبية افراد العينة يرون ان المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين متوفرة في المؤسسة بدرجة كبيرة ليكون هذا المحور ضمن مجال موافق بشدة.

- العبارة الثانية (تعمل المؤسسة على تقديم منتجات تتماشى ورغبات المستهلكين) احتلت المرتبة الاولى بمتوسط حسابي بلغ 4.31 وانحراف معياري 0.47 ويرجع الى حرص المؤسسة ومتابعتها لطلب المستهلك لتحقيق ارضائه وكانت ضمن مجال موافق بشدة

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قلمة-

- العبارة الأول (تراعي المؤسسة القدرات الشرائية للمستهلك عند تسعير منتجاتها) جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 4.23 وانحراف معياري 0.426 لتقع ضمن مجال الموافقة بشدة وهذا راجع الى السياسة المنتهجة من قبل المؤسسة لكسب رضا وولاء الزبون
- العبارة الثالثة (تستمع المؤسسة لشكاوى المستهلكين وتقدم حلولاً لها) احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 4.17 وانحراف معياري 0.707 لتكون ضمن مجال الموافقة ويرجع هذا الى حرص المسؤولين على كسب المزيد من الخبرة من خلال آراء المستهلكين لتحسين جودة منتجهم
- العبارة الخامسة (تراعي المؤسسة ظروف الصحة والسلامة اثناء تقديم المنتج) جاءت ضمن المجال الرابع أي موافق واحتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 4.09 وانحراف معياري قدره 1.22 ويرجع ذلك الى وعي العمال ومسؤولي المؤسسة وحرصهم الكبير على سلامة المستهلك وعلى تقديم منتج سليم
- العبارة الرابعة (تتميز إعلانات المؤسسة على المصدافية اثناء تقديم المنتج) جاءت في المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.97 وانحراف معياري 1.2 لتكون ضمن المجال الرابع أي موافق ويعزى ذلك الى وعي المسؤولين وحرصهم على الصدق والأمانة في ترويج منتجاتهم مما يساهم في تحسين صورة مؤسستهم

الجدول (20-3) التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين.

العبارة	الاجابات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه الإجابة
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
1	10	22	3	0	0	4.23	0.598	4	موافق بشدة
	28.6	62.9	8.6	0	0				%
2	6	26	3	0	0	4.11	0.530	5	موافق
	13.1	74.3	8.6	0	0				%
3	18	17	0	0	0	4.51	0.507	3	موافق بشدة
	51.4	48.6	0	0	0				%
4	23	12	0	0	0	4.66	0.482	1	موافق بشدة
	65.7	34.3	0	0	0				%
5	23	9	3	0	0	4.57	0.655	2	موافق بشدة
	65.7	25.7	8.6	0	0				%
المتوسط الحسابي الكلي والانحراف المعياري للمحور الخامس									
						4.34	0.63		موافق بشدة

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss20

ب. التكرار % النسبة المئوية

يظهر الجدول اعلاه واقع المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين في المؤسسة محل الدراسة حيث بلغ متوسط توفره 4.34 من 5 أي المجال الخامس ويعني الموافقة بشدة وان اغلبية افراد العينة يرون ان المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين متوفرة في المؤسسة بدرجة كبيرة.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

حيث تراوحت متوسطات رأي افراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية اتجاء المستهلكين بين 4.09 و4.66 ومن خلال قراءة النسب والتكرارات لعبارات المحور الخامس يظهر لنا.

- العبارة الرابعة (تختار المؤسسة الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية عند ادائهم لنشاطهم) كانت ضمن مجال موافق بشدة واحتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4.66 وانحراف معياري قدره 0.482 فالمؤسسة تشجع إرساء ثقافة المسؤولية الاجتماعية من خلال تعاملها مع الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية
- العبارة الخامسة (الصدق في التعامل وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل) جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 4.57 وانحراف معياري 0.655 وجاءت ضمن مجال موافق بشدة فالمؤسسة تسعى دائما الى تسهيل عملياتها مع الأطراف الأخرى وكسب رضاهم وولائهم من خلال صدقها في تعاملاتها
- العبارة الثالثة (منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرار علاقتهما لأطول فترة ممكنة) جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.51 وانحراف معياري 0.507 لتكون ضمن المجال الخامس أي موافق بشدة ويرجع الى طريقة عمل المؤسسة لسبب مورديها من خلال تسهيلات تقوم بها اثناء الشراء منهم الدفع مسبقا وتحمل تكلفة النقل... الخ
- العبارة الأولى (تقوم المؤسسة بتحسين الشروط التفاوضية مع الموردين) احتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 4.23 وانحراف معياري 0.598 وجاءت ضمن مجال موافق بشدة وهذا راجع لحرص المؤسسة على تحسين علاقتها مع مورديها لضمان التوريد لها ولكسب ولائهم والاستفادة من مميزاتهم.
- العبارة الثانية (تسدد المؤسسة مستحقاتها مع مورديها في اجالها المحدد) احتلت المرتبة الأخيرة بوزن نسبي قدره 4.11 وانحراف معياري بلغ 0.530 لتكون ضمن مجال الموافقة وسبب هذا ان المؤسسة تسعى الى المحافظة على مورديها من خلال تسديد مستحقاتهم في اجالها لاستمرار عملهم وهذا ما يضمن للمؤسسة موادها الاولية.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.

سنقوم من خلال هذا المطلب باختبار فرضيات الدراسة.

الفرضية الثالثة. تطبق المؤسسة الاقتصادية مجالات المسؤولية الاجتماعية ضمن انشطتها.

وتتفرع الى خمسة فرضيات ثانوية.

الفرضية الفرعية الأولى. تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاء المجتمع

يتم اختبار الفرضية باختبار ستودنت t لعينة واحدة.

الفرضية الصفرية H_0 لا تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاء المجتمع

الفرضية البديلة. H_1 تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاء المجتمع

الجدول (3-21) نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الاولى

قيمة المعيار=3				المحور الاول
T الجدولية	مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	
1.691	0.00	34	8.214	

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS20.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة T المحسوبة=8.214 عند درجة حرية 34 وT الجدولية=1.691 ومستوى الدلالة sig=0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة الحرج 0.05 لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ومنه تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاء المجتمع.

الفرضية الفرعية الثانية. تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاء البيئة.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

يتم اختبار الفرضية باختبار ستودنت t لعينة واحدة.

الفرضية الصفرية. H0 لا تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

الفرضية البديلة. H1 تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

الجدول (22-3) نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الثانية

قيمة المعيار=3				المحور الثاني
T الجدولية	مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	
1.691	0.00	34	12.293	

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS 20.

تشير نتائج الجدول أعلاه الى ان قيمة T= 12.293 عند درجة حرية 34 ومستوى دلالة 0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة الحرج 0.05 لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ومنه تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة.

الفرضية الثالثة. تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين.

يتم اختبار الفرضية باختبار ستودنت t لعينة واحدة.

الفرضية الصفرية. H0 لا تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

الفرضية البديلة. H1 تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

الجدول (23-3) نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الثالثة

قيمة المعيار=3				المحور الثالث
T الجدولية	مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	
1.691	0.00	34	7.392	

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS20.

نلاحظ من الجدول أعلاه ان قيمة T المحسوبة تسوي 7.392 أكبر من قيمة T الجدولية 1.691 وكذلك لدينا مستوى الدلالة Sig=0.00 اقل من 0.05 لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ومنه تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين.

الفرضية الفرعية الرابعة. تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين.

يتم اختبار الفرضية باختبار ستودنت t لعينة واحدة

الفرضية الصفرية. H0 لا تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين

الفرضية البديلة. H1 تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين

الجدول (24-3) نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الرابعة

قيمة المعيار=3				المحور الرابع
T الجدولية	مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	
1.691	0.00	34	12.320	

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS20.

نلاحظ من الجدول أعلاه ان قيمة T=12.320 المحسوبة عند درجة حرية 34 أكبر من قيمة T الجدولية 1.691 ومستوى الدلالة sig=0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة الحرج 0.05 لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ومنه تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قلمة-

الفرضية الفرعية الخامسة. تطبيق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين.
 يتم اختبار الفرضية باختبار ستودنت t لعينة واحدة
 الفرضية الصفرية H0. لا تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين
 الفرضية البديلة H1. تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين
 الجدول (3-25) نتائج اختبار T-Test للفرضية الفرعية الخامسة

قيمة المعيار = 3				المحور الخامس
T الجدولية	مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	
1.691	0.00	34	12.431	

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS20.

تشير نتائج الجدول أعلاه الى ان قيمة T=12.431 المحسوبة عند درجة حرية 34 ومستوى دلالة 0.00 ولدينا T=1.691 الجدولية وهي اقل من T المحسوبة لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ومنه تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين.

قبل القيام باختبار التباين الأحادي لابد من توفر شرط التجانس.

1. اختبار التجانس

H0: التباين متجانس

H1: التباين غير متجانس

الجدول 3-26 جدول اختبار التجانس لمحاور الدراسة

مستوى الدلالة	البيان
0.540	محاور الدراسة

المصدر. من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS20.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة sig=0.540 أي انها أكبر من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة أي ان شرط التجانس محقق

1. اختبار التباين الأحادي ANOVA

الفرضية الرابعة: هناك فروق بين إجابات العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية وتنتفع الى:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع حسب للجنس.

الفرضية الصفرية H0. لا توجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب للجنس
 الفرضية البديلة H1. توجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب للجنس
 تم اختبار تحليل التباين الأحادي لتوضيح الفروق بين إجابات العينة بالنسبة للجنس والجدول التالي يوضح ذلك.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي -ولاية قلمة-

الجدول (27-3) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي حسب الجنس لمحاور الدراسة

المحاور	مستوى الدلالة
المحور الأول	0.204
المحور الثاني	0.082
المحور الثالث	0.288
المحور الرابع	0.077
المحور الخامس	0.411

المصدر من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS20.

- ✓ من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الأول تساوي (0.204) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة
- أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع حسب الجنس.
- ✓ لدينا أيضا ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الثاني تساوي (0.082) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة
- أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة حسب الجنس.
- ✓ بالنسبة لقيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الثالث تساوي (0.288) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة
- أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين حسب الجنس
- ✓ بلغت قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الرابع بلغت (0.077) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه يتم قبول الفرضية الصفرية ورفض البديلة.
- وبالتالي لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين حسب الجنس
- ✓ نلاحظ ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الأخير تساوي (0.071) أي انها أكبر من مستوى المعنوية 0.05 أي نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة
- أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين حسب الجنس
- الفرضية الفرعية الثانية. يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المركز الوظيفي.
- الفرضية الصفرية. H0 لا يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المركز الوظيفي
- الفرضية البديلة. H1 يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المركز الوظيفي

الجدول (28-3) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي حسب المركز الوظيفي لمحاور الدراسة.

المحاور	مستوى الدلالة
الاول	0.474
الثاني	0.304
الثالث	0.341
الرابع	0.297

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قالمة-

0.210	الخامس
-------	--------

المصدر من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS20.

- ✓ من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الأول تساوي (0.474) وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة
- أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع حسب المركز الوظيفي.
- ✓ المحور الثاني قيمة مستوى الدلالة له تساوي (0.304) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة
- أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين بالنسبة للمركز الوظيفي
- ✓ بلغت قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الرابع بلغت (0.297) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه يتم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.
- وبالتالي لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين بالنسبة للمركز الوظيفي
- ✓ نلاحظ ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الأخير تساوي (0.210) أي انها أكبر من مستوى المعنوية 0.05 أي نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة
- أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين حسب المركز الوظيفي
- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى الدراسي.
- الفرضية الصفرية H0. لا توجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى الدراسي
- الفرضية البديلة H1. توجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى الدراسي

الجدول (29-3) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي حسب المستوى الدراسي لمحاو الدراسة.

المحور	مستوى الدلالة
الأول	0.301
الثاني	0.661
الثالث	0.971
الرابع	0.678
الخامس	0.072

المصدر من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS20.

- ✓ من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الأول تساوي (0.301) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لواقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي –ولاية قالمة-

أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع حسب المستوى الدراسي.

✓ قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الثاني تساوي (0.661) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض البديلة

أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة حسب المستوى الدراسي.

✓ نلاحظ أيضا ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الثالث تساوي (0.971) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة

أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين حسب المستوى الدراسي

✓ بالنسبة لقيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الرابع بلغت (0.678) أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ومنه يتم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

وبالتالي لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية المستهلكين حسب المستوى الدراسي

✓ نلاحظ ان قيمة مستوى الدلالة بالنسبة للمحور الأخير تساوي (0.072) أي انها أكبر من مستوى المعنوية 0.05 أي نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة

أي انه لا توجد فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين حسب المستوى الدراسي.

تشير النتائج الواردة أعلاه في الجداول الثلاثة الى عدم وجود فروق في اراء العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي

للمسؤولية الاجتماعية عند مستوى معنوية (0.05) حسب الجنس والمركز الوظيفي والمستوى الدراسي لإجابات محاور الدراسة الخمسة.

خلاصة.

ان تحقيق الأهداف وتعظيم الأرباح يبقى الهدف الأول في قائمة المؤسسات الاقتصادية من اجل ضمان بقاءها واستمرارها ولتحقيق هذا وجب على المؤسسة فهم بيئتها ومحيطها بشكل جيد خاصة التغيرات المتسارعة مما يساعد المؤسسة على بناء استراتيجيات عملية تتوافق مع الظروف الاجتماعية والتشريعات البيئية.

ومن خلال دراستنا لعينة من المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة توصلنا الى ان اغلبية افراد العينة يرون ان المؤسسة تقوم بتطبيق مسؤوليتها الاجتماعية حيث بلغ المتوسط الحسابي للإجابات 4.188 وانحراف معياري بلغ 0.49 أي انها ضمن مجال الموافقة حيث جاءت نتائج المحور الأول والثاني والثالث ضمن مجال موافق اما بالنسبة للمحور الرابع والخامس فكانت ضمن مجال موافق بشدة

أيضا من خلال تحليلنا لهذا الفصل توصلنا الى انه لا توجد فروق في اراء افراد العينة حسب الجنس والمركز الوظيفي والمستوى الدراسي حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية.

خاتمة.

أصبح الاهتمام بالجانب البيئي والاجتماعي من التحديات التي تواجه المؤسسة الاقتصادية حيث لم يعد يقتصر دورها على تحقيق الأرباح فقط بل تعدى ذلك الى وجوب التزامها بمسئوليتها اتجاه مجتمعها وبيئتها من خلال تبني استراتيجيات من خلالها يتم الموافقة بين اهداف المؤسسة الاقتصادية والمتمثلة في تعظيم الأرباح بأقل التكاليف ومسئوليتها الاجتماعية والبيئية حيث ركزت هذه الدراسة على وضع معالم واضحة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية إضافة الى الاستراتيجيات التي يمكن تبنيها من قبل المؤسسات الاقتصادية كمنطلق لتجسيدها على ارض الواقع الامر الذي يتطلب موارد كبيرة إضافة الى مبادئ تنبع من اخلاقيات المدراء ورجال الاعمال قبل ان تكون ملزمة من خلال قوانين وتشريعات او من خلال جماعات الضغط. وقمنا بتدعيم هذه الدراسة بجانب تطبيقي على مستوى مؤسسة عبيدي بهدف التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة حيث تم الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة والمتمثل في: الى أي مدى تلتزم المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية؟

حيث توصلنا الى ان المؤسسة تقوم بتطبيق مسؤوليتها الاجتماعية بشكل جيد ويعود ذلك الى حرص المسؤولين ووعيمهم بضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية لما لها من منافع للمؤسسة على المستوى البعيد كتحقيق ولاء العمال كسب رضا الزبائن تحسين صورة وسمعة المؤسسة.....

- نتائج اختبار الفرضيات.

انطلاقا من الدراسة النظرية والميدانية التي اعتمدت في هذا البحث، تم التوصل اثناء اختبار الفرضيات الى النتائج

التالية:

بالنسبة للفرضية الأولى "مرت المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بعدة مراحل ساهمت في تطورها" المتتبع للتطور الذي واكب المؤسسات الاقتصادية في الجزائر يمكنه الوقوف على مراحل بارزة تركت اثرا واضحا على تسيير وتطور المؤسسات الجزائرية ابتداء من مراحل التسيير الاشتراكي في بداية السبعينات، قرار اصلاح المؤسسة الاقتصادية، ومن ثم قرار إعادة هيكلتها، وصولا الى إعادة تأهيل المؤسسة الاقتصادية.

فيما يخص الفرضية الثانية "تحقق المؤسسة الاقتصادية العديد من الفوائد وراء تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية" يعد تبني المؤسسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية استثمارا مربحا على المدى البعيد مما يضمن استمراريتها ويعزز من تنافسيتها.

بالنسبة للفرضية الثالثة تطبق المؤسسة الاقتصادية مجالات المسؤولية الاجتماعية ضمن انشطتها.

وتتفرع الى فرضيات ثانوية.

الفرضية الثانوية الأولى. تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع قد تم التأكد من صحة هذه الفرضية حيث اجمعت إجابات افراد العينة على ان المؤسسة تساهم في التقليل من مشكلة البطالة اضافة الى دعمها لعدة جمعيات خيرية واحترامها لقيم وعادات المجتمع

الفرضية الثانوية الثانية. تطبق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة تم التأكد من صحة الفرضية كون المؤسسة محل الدراسة تحترم قوانين البيئة وتقلل من انبعاثات الغازات وتوجه افرادها نحو اكتساب الثقافة البيئية الفرضية الثانوية الثالثة. تطبق مؤسسة عبيدي الاقتصادية المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين تم تأكيد صحة الفرضية وفقا للإجابات افراد العينة التي أبدت بالإجماع رأيها على ان المؤسسة توفر برامج تدريبية لعمالها إضافة الى تقديمها لحوافز مادية ومعنوية كما توفر المؤسسة الامن الصناعي من خلال انشاءها لخلية امن تسهر على سلامة العمال داخل المؤسسة

الخاتمة

الفرضية الثانية الرابعة. تطبيق مؤسسة عبيدي الاقتصادية المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين. بعد الاطلاع على اراء العينة تم تأكيد الفرضية حيث تسعى المؤسسة الى احترام مستهلكيها من خلال مراعاة قدرتهم الشرائية والاستماع لكاومهم تقديم إعلانات صادقة وتقديم منتج سليم وصحي.

الفرضية الثانية الخامسة. تطبيق مؤسسة عبيدي المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين. وهي فرضية صحيحة كون المؤسسة تساهم في تحسين شروط التفاوض مع الموردين منحهم أيضا تسهيلات وتسديد مستحقاتها في اجالها إضافة الى الصديق في التعامل معهم.

الفرضية الثالثة. هناك فروق في إجابات العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية الفرضية الفرعية الأولى: يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب الجنس.

بعد اجراء اختبار التباين الأحادي اتضح انه لا توجد فروق في اراء العينة حسب الجنس حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عبيدي

الفرضية الفرعية الثانية. يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى الوظيفي.

بالنسبة لهذه الفرضية وبعد اختبارها بواسطة اختبار التباين الأحادي أظهرت النتائج انه لا يوجد فروق في اراء إجابات العينة حول تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى الوظيفي.

الفرضية الفرعية الثالثة. يوجد فروق بين إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى التعليمي.

من خلال اختبار التباين الأحادي بالنسبة للفرضية الفرعية الثالثة اتضح انه لا يوجد فروق في إجابات العينة في تطبيق مؤسسة عبيدي للمسؤولية الاجتماعية حسب المستوى التعليمي.

من خلال تحليل النتائج تبين عدم وجود فروق في إجابات العينة وهذا يعني ان المتغيرات الثلاثة (الجنس المستوى التعليمي والمستوى الوظيفي) لا تؤثر على ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية أي ان ممارسة المسؤولية الاجتماعية لا يرتبط بخصائص معينة بل يقوم على أساس ثقافة تنظيمية وقناعة راسخة وهو ما يعكس إجابات افراد العينة.

نتائج الدراسة.

- أصبح لزاما على المؤسسة الاقتصادية القيام بمسؤوليتها الاجتماعية وان تستثمر فيما كباقي الاستثمارات الاخرى لما لها من فوائد ترجع على المؤسسة كتعزيز قدرتها التنافسية ورفع أداها

- التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية يكسبها ولاء العمال ورضا الزبائن ويجنبها الدخول في صراعات مع النقابات وجمعيات حماية المستهلك

- ساهمت المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة في التقليل من حدة البطالة كما وفرت العيش الكريم لشريحة كبيرة من المجتمع

- تهتم المؤسسة بالبعد البيئي من خلال سهرها على تقليل التلوث والانبعاثات الغازية من خلال استخدام التكنولوجيا للتحكم في مخلفاتها

- تشجع المؤسسة وتدعم ثقافة المسؤولية الاجتماعية داخل وخارج المؤسسة من خلال ترسيخها لدى عمالها وموظفيها وأيضا من خلال تعاملها مع الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية

- تطبيق المؤسسة محل الدراسة مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه مستهلكيها من خلال توفير منتج تراعي فيه الجودة والسلامة من جهة وتراعي القدرة الشرائية من جهة أخرى

التوصيات.

الخاتمة

- ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة من خلال تكثيف النشاطات ودمجها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة
- تنظيم ملتقيات دورية هدفها الأول التوعية بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية وضرورة تطبيقها
- تشجيع المؤسسات من خلال حوافز ضريبية تخص المؤسسات التي تساهم في التقليل من التلوث وحل مشكلات بيئية
- اعداد تقارير سنوية تعرف المؤسسة من خلالها موقعها من تطبيق المسؤولية الاجتماعية والبيئية.
- تشجيع المؤسسات التي تقوم بدورها الاجتماعي والبيئي إعلاميا كحافز معنوي مما يساهم في تحسين صورتها
- إلزام المؤسسات بالإفصاح عن دورها الاجتماعي والبيئي دوريا في تقارير مفصلة

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب:

1. إسماعيل عرباجي، اقتصاد والمؤسسة، دار المحمدية العامة، الطبعة الثانية، الجزائر، 1998.
2. جمال درهم زيد، اخلاقيات منظمات الاعمال ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مبادئ الحوكمة، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الطبعة الاولى، صنعاء، 2016.
3. خبابة عبد الله، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2013.
4. رفيقة حروش، اقتصاد وتسيير المؤسسة، دار الامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
5. طاهر محسن المنصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، الأردن، 2008.
6. طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية منظمات الاعمال الصغيرة والمتوسطة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
7. عبد الرزاق سالم الرحاحلة، المسؤولية الاجتماعية، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الاردن، 2011.
8. علي الشرقاوي، المشتريات وإدارة المخازن، الدار الجامعية، لبنان، 1995.
9. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، الجزائر، 2006.
10. غول فرحات، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية، الطبعة الأولى، الجزائر، 2008.
11. محمد سيد فهمي، المسؤولية الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار النشر المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2014.
12. منير بن دريدي وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، الطبعة الأولى، دار النشر المركز الديموقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2019.
13. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الطبعة الثانية، الجزائر، 1998.
14. نايف محمد عاد المرواني، التوافق النفسي والمسؤولية الاجتماعية لدى المجرمين، دار الفكر العربي، مصر، 2009.

المذكرات

1. ابتسام بوشويط، الية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة -، 2010.
2. العايب ياسين، اشكالية تمويل المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة -، 2011.
3. بن جيمة عمر، ثقافة المسير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان -، 2015.
4. حنان جودي، استراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار لتدارك الفجوة الاستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2017.
5. سهيلة خيرة فاندي، واقع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل تحديات اقتصاد السوق، أطروحة دكتوراه، تخصص تحليل نقدي، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان -، 2016.

قائمة المراجع

6. صابرين زيتوني، الشراكة الاجنبية كأداة لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه، تخصص تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية والتسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم -، 2017،
7. ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد – تلمسان -، 2010،
8. عامر حبيبة، دور المؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017،
9. عثمان لخلف، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2004،
10. عريوة محاد، دور الأداء المتوازن في قياس وتقييم الاداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال الاستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس -سطيف-2011.
11. فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية في للبنوك الإسلامية، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة تسويقية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اكلي محند اولحاج – البويرة -، 2019،
12. فؤاد محمد حسين الحمدي، الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية، للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة اعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، اليمن، 2003.
13. نعيمة منصور محمد القطراني، معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية، مذكرة ماجستير، قسم إدارة اعمال، كلية الاقتصاد، جامعة بن غازي، 2016.

الملتقيات

1. ام كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي حول منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، يومي 14-15 فيفري، 2012.
2. بلال شيخي واخرون، برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر المأمول والواقع، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، الجزائر، يومي 6 و7 ديسمبر 2017.

المجلات

1. بن عنتر عبد الرحمان، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وأفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد الثاني، جوان، 2002.
2. فضالة خالد، قرودي حميد، دور تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة معارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 22، 2017،
3. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية، مجلة الباحث، جامعة حسيبة بن بوعلوي، الشلف، الجزائر، العدد 12، 2013.
4. مراد سكاك، تدقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس – سطيف -، الجزائر، العدد 11، 2001.

مواقع الانترنت.

حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والأفاق من أجل التنمية في الدول العربية

<http://mpr.ub.uni-muenchen.de/31529> le 10/08/2020 /

قائمة الملاحق

الملحق رقم 1.

جدول معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الأول

Corrélations								
		ساهم المؤسسة في القطر من مشكلة الطالبة	توافر رسالة المؤسسة وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع	تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعة	ساهم المؤسسة في دعم الأنشطة الطلابية والرياضية والثقافية	تقدم المؤسسة الدعم للمجموعات الخيرية	ساهم المؤسسة في انجاز المشاريع الأساسية من مدارس	المحور الأول
Rho de Spearman	ساهم المؤسسة في التقليل من مشكلة الطالبة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	1,000 .008 35	,438 .008 35	,438 .009 35	-,050 .884 35	-,424 .011 35	,375 .026 35
	توافر رسالة المؤسسة وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,438 .008 35	1,000 .001 35	,535 .001 35	,202 .244 35	,117 .504 35	,617 .000 35
	تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,438 .009 35	,535 .001 35	1,000 .001 35	,394 .019 35	,080 .646 35	,711 .000 35
	ساهم المؤسسة في دعم الأنشطة الطلابية والرياضية والثقافية	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	-,050 .774 35	,202 .244 35	,394 .019 35	1,000 .001 35	,309 .071 35	,542 .001 35
	تقدم المؤسسة الدعم للمجموعات الخيرية	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,026 .884 35	,117 .504 35	,080 .646 35	1,000 .071 35	,407 .015 35	,437 .009 35
	ساهم المؤسسة في انجاز المشاريع الأساسية من مدارس	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	-,424 .011 35	,017 .924 35	,151 .386 35	,446 .007 35	,407 .015 35	1,000 .015 35
المحور الأول		Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,375 .026 35	,617 .000 35	,711 .000 35	,542 .001 35	,437 .009 35	1,000 .015 35

** La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

جدول معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثاني

Corrélations								
		تخترم المؤسسة قوانين البيئة	تستخدم المؤسسة التقنيات الحديثة لتحسين التلوث	توجه المؤسسة أفرادها نحو اكتساب والتقافة البيئية	يوجد نظام لإدارة البيئة للمنظمة	ساهم المؤسسة في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي	المحور الثاني	
Rho de Spearman	تخترم المؤسسة قوانين البيئة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	1,000 .016 35	,406 .016 35	,329 .054 35	-,067 .700 35	,154 .376 35	,430 .010 35
	تستخدم المؤسسة التقنيات الحديثة لتحسين التلوث	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,406 .016 35	1,000 .001 35	,369 .029 35	,137 .431 35	,300 .080 35	,634 .000 35
	توجه المؤسسة أفرادها نحو اكتساب والتقافة البيئية	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,329 .054 35	,369 .029 35	1,000 .001 35	,192 .270 35	,451 .007 35	,753 .000 35
	يوجد نظام لإدارة البيئة للمنظمة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	-,067 .700 35	,137 .431 35	,192 .270 35	1,000 .001 35	,653 .000 35	,286 .095 35
	ساهم المؤسسة في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,154 .376 35	,300 .080 35	,451 .007 35	,653 .000 35	1,000 .000 35	,645 .000 35
	المحور الثاني	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,430 .010 35	,634 .000 35	,753 .000 35	,286 .095 35	,645 .000 35	1,000 .000 35

* La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

** La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

جدول معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثالث

Corrélations

		نوفر المؤسسة البرامج للأزمنة لتعمية مهارات العاملين	تقوم المؤسسة بارساء قوات اتصال قائمة على معايير المصدقية والشعافية	تغطي المؤسسة لجميع العمال حق التعير عن شخصيتهم والأداء في العمل	تعمل المؤسسة على نوفر الأمن الصداقي ونفاذي حوادث العمل	تقدم المؤسسة حوافز للعاملين	يتم اتركه العاملين في عملية اتخاذ القرارات المناسبة	المحور الثالث	
Rho de Spearman	نوفر المؤسسة البرامج للأزمنة لتعمية مهارات العاملين	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	1,000 .004 35	.473** .004 35	.535** .001 35	.568** .000 35	.571** .000 35	.542** .001 35	.705** .000 35
	تقوم المؤسسة بارساء قوات اتصال قائمة على معايير المصدقية والشعافية	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.473** .004 35	1,000 .000 35	.731** .000 35	.490** .003 35	.427** .010 35	.666** .000 35	.708** .000 35
	تغطي المؤسسة لجميع العمال حق التعير عن شخصيتهم والأداء في العمل	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.535** .001 35	.731** .000 35	1,000 .000 35	.489** .003 35	.421** .012 35	.714** .000 35	.700** .000 35
	تعمل المؤسسة على نوفر الأمن الصداقي ونفاذي حوادث العمل	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.568** .000 35	.490** .003 35	.489** .003 35	1,000 .000 35	.746** .000 35	.539** .001 35	.674** .000 35
	تقدم المؤسسة حوافز للعاملين	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.571** .000 35	.427** .010 35	.421** .012 35	.746** .000 35	1,000 .000 35	.697** .000 35	.757** .000 35
	يتم اتركه العاملين في عملية اتخاذ القرارات المناسبة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.542** .001 35	.666** .000 35	.714** .000 35	.539** .001 35	.697** .000 35	1,000 .000 35	.786** .000 35
	المحور الثالث	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.705** .000 35	.708** .000 35	.700** .000 35	.674** .000 35	.757** .000 35	.786** .000 35	1,000 .000 35

** La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

* La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

جدول معامل الارتباط سييرمان بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الرابع

Corrélations

		تراعي المؤسسة القرارات التراتبية للمستهلكين عند تسكير منتجها	تعمل المؤسسة على تقديم منتجات تنمائي ورعيات المستهلكين	تسمح المؤسسة لشكاوى المستهلكين وتقدم حلولاً لها	تتميز اعانات المؤسسة بالمصدقية عند الترويج لمنتجها	تراعي المؤسسة ظروف الصحة والسامة أثناء تقديم المنتج	المحور الرابع	
Rho de Spearman	تراعي المؤسسة القرارات التراتبية للمستهلكين عند تسكير منتجها	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	1,000 .218 35	.218 .209 35	.156 .370 35	.176 .313 35	.192 .268 35	.512** .002 35
	تعمل المؤسسة على تقديم منتجات تنمائي ورعيات المستهلكين	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.218 .209 35	1,000 .000 35	.176 .313 35	.515** .002 35	.502** .002 35	.787** .000 35
	تسمح المؤسسة لشكاوى المستهلكين وتقدم حلولاً لها	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.156 .370 35	.176 .313 35	1,000 .000 35	.352 .038 35	.417** .013 35	.516** .002 35
	تتميز اعانات المؤسسة بالمصدقية عند الترويج لمنتجها	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.176 .313 35	.515** .002 35	.352 .038 35	1,000 .000 35	.822** .000 35	.609** .000 35
	تراعي المؤسسة ظروف الصحة والسامة أثناء تقديم المنتج	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.192 .268 35	.502** .002 35	.417** .013 35	.822** .000 35	1,000 .000 35	.653** .000 35
	المحور الرابع	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	.512** .002 35	.787** .000 35	.516** .002 35	.609** .000 35	.653** .000 35	1,000 .000 35

** La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

* La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

جدول معامل الارتباط سييرمان بين درجة ل عبارة والدرجة الكلية للمحور الخامس

Corrélations

		تقوم المؤسسة بتخصيص الظروف التعاقدية مع الموردين	تسد المؤسسة مستحقاتها مع الموردين في أجلها المحددة	منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرار علاقتهما لأطول فترة	تختار المؤسسة الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الإجتماعية عند ادائهم لتشطباتهم	الصدق في التعامل وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل	المحور الخامس	
Rho de Spearman	تقوم المؤسسة بتخصيص الظروف التعاقدية مع الموردين	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	1,000 .016 35	,404 .016 35	,574 .000 35	,577 .000 35	,531 .001 35	,748 .000 35
	تسد المؤسسة مستحقاتها مع الموردين في أجلها المحددة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,404 .016 35	1,000 .010 35	,429 .010 35	,376 .026 35	,460 .005 35	,605 .000 35
	منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرار علاقتهما لأطول فترة	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,574 .000 35	,429 .010 35	1,000 .024 35	,382 .024 35	,623 .000 35	,832 .000 35
	تختار المؤسسة الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الإجتماعية عند ادائهم لتشطباتهم	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,577 .000 35	,376 .026 35	,382 .024 35	1,000 .000 35	,756 .000 35	,677 .000 35
	الصدق في التعامل وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,531 .001 35	,460 .005 35	,623 .000 35	,756 .000 35	1,000 .000 35	,716 .000 35
	المحور الخامس	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,748 .000 35	,605 .000 35	,832 .000 35	,677 .000 35	,716 .000 35	1,000 .000 35

*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

الملحق رقم 2.

جدول معامل الارتباط سيرمان بين المحاور والاستمارة ككل (الصدق البنائي)

Corrélations

		المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	المحور الخامس	كل المحاور	
Rho de Spearman	المحور الأول	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	1,000 .033 35	,362 .033 35	,376 .026 35	,368 .030 35	,539 .001 35	,405 .016 35
	المحور الثاني	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,362 .033 35	1,000 .070 35	,310 .070 35	,273 .112 35	,541 .001 35	,568 .000 35
	المحور الثالث	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,376 .026 35	,310 .070 35	1,000 .003 35	,481 .003 35	,264 .125 35	,423 .011 35
	المحور الرابع	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,368 .030 35	,273 .112 35	,481 .003 35	1,000 .000 35	,600 .000 35	,750 .000 35
	المحور الخامس	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,539 .001 35	,541 .001 35	,264 .125 35	,600 .000 35	1,000 .000 35	,821 .000 35
	كل المحاور	Coefficient de corrélation Sig. (bilatérale) N	,405 .016 35	,568 .000 35	,423 .011 35	,750 .000 35	,821 .000 35	1,000 .000 35

*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

الملحق 3.

جدول الفا كرونباخ للمحور الأول

Echelle : الفا كرونباخ للمحور الاول

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	35	97,2
Exclus ^a	1	2,8
Total	36	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,687	6

جدول الفا كرونباخ للمحور الثاني

Echelle : الفا كرونباخ للمحور الثاني

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	35	97,2
Exclus ^a	1	2,8
Total	36	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,707	5

جدول الفا كرونباخ للمحور الثالث

Echelle : الفا كرونباخ للمحور الثالث :

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	35	97,2
	Exclus ^a	1	2,8
	Total	36	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,952	6

جدول الفا كرونباخ المحور الرابع

Echelle : الفا كرونباخ للمحور الرابع :

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	35	97,2
	Exclus ^a	1	2,8
	Total	36	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,724	5

جدول الفا كرونباخ المحور الخامس

Echelle : الفا كرونباخ للمحور الخامس :

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	35	97,2
	Exclus ^a	1	2,8
	Total	36	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,853	5

جدول الفا كرونباخ للاستمارة ككل

Echelle : الفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان :

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	35	97,2
	Exclus ^a	1	2,8
	Total	36	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,849	5

الملحق 4. اختبار التوزيع الطبيعي.

جدول نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاو الدراسة

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
المحور الاول	,352	35	,000	,750	35	,000
المحور الثاني	,374	35	,000	,722	35	,000
المحور الثالث	,278	35	,000	,770	35	,000
المحور الرابع	,291	35	,000	,766	35	,000
المحور الخامس	,277	35	,000	,764	35	,000

a. Correction de signification de Lilliefors

الملحق 5.

جداول نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات المحور الأول

Statistiques

	تساهم المؤسسة في التقليل من مشكلة البطالة	تتوافق رسالة المؤسسة واهدافها مع اهداف وقيم المجتمع	تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعة	تساهم المؤسسة في دعم الأنشطة العلمية والرياضية والثقافية	تقدم المؤسسة الدعم للجمعيات الخيرية	تساهم المؤسسة في انجاز المشاريع الاساسية من مدارس
N Valide	35	35	35	35	35	35
Manquante	1	1	1	1	1	1
Moyenne	4,14	4,06	3,91	3,77	4,40	3,34
Médiane	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Ecart-type	,733	,591	1,095	1,087	,497	1,282

تساهم المؤسسة في التقليل من مشكلة البطالة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	1	2,8	2,9	2,9
محايد	4	11,1	11,4	14,3
موافق	19	52,8	54,3	68,6
موافق بشدة	11	30,6	31,4	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Manquante Système manquant	1	2,8		
Total	36	100,0		

تتوافق رسالة المؤسسة واهدافها مع اهداف وقيم المجتمع

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide محايد	5	13,9	14,3	14,3
موافق	23	63,9	65,7	80,0
موافق بشدة	7	19,4	20,0	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Manquante Système manquant	1	2,8		
Total	36	100,0		

تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,6	5,7	5,7
	غير موافق	2	5,6	5,7	11,4
	محايد	4	11,1	11,4	22,9
	موافق	16	44,4	45,7	68,6
	موافق بشدة	11	30,6	31,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تساهم المؤسسة في دعم الأنشطة العلمية والرياضية والثقافية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	3	8,3	8,6	8,6
	غير موافق	1	2,8	2,9	11,4
	محايد	4	11,1	11,4	22,9
	موافق	20	55,6	57,1	80,0
	موافق بشدة	7	19,4	20,0	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تقدم المؤسسة الدعم للجمعيات الخيرية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	21	58,3	60,0	60,0
	موافق بشدة	14	38,9	40,0	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تساهم المؤسسة في انجاز المشاريع الأساسية من مدارس

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	4	11,1	11,4	11,4
	غير موافق	5	13,9	14,3	25,7
	محايد	8	22,2	22,9	48,6
	موافق	11	30,6	31,4	80,0
	موافق بشدة	7	19,4	20,0	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

جداول نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات المحور

الثاني

Statistiques

		تُحترم المؤسسة قوانين البيئة	تُستخدم المؤسسة التقنيات الحديثة لتجنب التلوث	تُوجه المؤسسة أفرادها نحو اكتساب وتبني الثقافة البيئية	يوجد نظام للإدارة البيئية للمنظمة	تساهم المؤسسة في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي
N	Valide	35	35	35	35	35
	Manquante	1	1	1	1	1
	Moyenne	4,23	4,20	4,06	4,17	4,11
	Médiane	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
	Ecart-type	,547	,868	,765	,664	,796

تُحترم المؤسسة قوانين البيئة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	2	5,6	5,7	5,7
	موافق	23	63,9	65,7	71,4
	موافق بشدة	10	27,8	28,6	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تُستخدم المؤسسة التقنيات الحديثة لتجنب التلوث

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,8	2,9	2,9
	محايد	4	11,1	11,4	14,3
	موافق	16	44,4	45,7	60,0
	موافق بشدة	14	38,9	40,0	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

توجه المؤسسة أفرادها نحو اكتساب وتبني الثقافة البيئية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,8	2,9	2,9
	محايد	3	8,3	8,6	11,4
	موافق	23	63,9	65,7	77,1
	موافق بشدة	8	22,2	22,9	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

يوجد نظام للإدارة البيئية للمنظمة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	1	2,8	2,9	2,9
	محايد	2	5,6	5,7	8,6
	موافق	22	61,1	62,9	71,4
	موافق بشدة	10	27,8	28,6	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تساهم المؤسسة في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	5,6	5,7	5,7
	محايد	3	8,3	8,6	14,3
	موافق	19	52,8	54,3	68,6
	موافق بشدة	11	30,6	31,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

جداول نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات المحور

الثالث

Statistiques

		توفر المؤسسة البرامج اللازمة لتنمية مهارات العاملين	تقوم المؤسسة بإرساء قنوات اتصال قائمة على معايير المصداقية والشفافية	تعطى المؤسسة لجميع العمال حق التعبير عن شخصيتهم والإبداع في العمل	تعمل المؤسسة على توفير الأمن الصناعي ونفاذي حوادث العمل	تقدم المؤسسة حوافز للعاملين	يتم إشراك العاملين في عملية اتخاذ القرارات المناسبة
N	Valide	35	35	35	35	35	35
	Manquante	1	1	1	1	1	1
Moyenne		4,06	4,31	3,89	4,46	4,23	3,74
Médiane		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00
Ecart-type		,765	,993	,932	,980	1,087	1,010

توفر المؤسسة البرامج اللازمة لتنمية مهارات العاملين

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	5,6	5,7	5,7
	محايد	3	8,3	8,6	14,3
	موافق	21	58,3	60,0	74,3
	موافق بشدة	9	25,0	25,7	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تقوم المؤسسة بإرساء قنوات اتصال قائمة على معايير المصداقية والشفافية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	4	11,1	11,4	11,4
	محايد	1	2,8	2,9	14,3
	موافق	10	27,8	28,6	42,9
	موافق بشدة	20	55,6	57,1	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تعمل المؤسسة على توفير الامن الصناعي وتفادي حوادث العمل

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	4	11,1	11,4	11,4
	موافق	7	19,4	20,0	31,4
	موافق بشدة	24	66,7	68,6	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تقدم المؤسسة حوافر للعاملين

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,8	2,9	2,9
	غير موافق	3	8,3	8,6	11,4
	محايد	2	5,6	5,7	17,1
	موافق	10	27,8	28,6	45,7
	موافق بشدة	19	52,8	54,3	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

يتم اشراك العاملين في عملية اتخاذ القرارات المناسبة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,8	2,9	2,9
	غير موافق	5	13,9	14,3	17,1
	محايد	2	5,6	5,7	22,9
	موافق	21	58,3	60,0	82,9
	موافق بشدة	6	16,7	17,1	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

جداول نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات المحور الرابع

Statistiques

	تراعي المؤسسة الظروف الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها	تعمل المؤسسة على تقديم منتجات تمتاز ورغبات المستهلكين	تستمع المؤسسة لشكاوى المستهلكين وتقدم حلولاً لها	تتميز اعلانات المؤسسة بالمصداقية عند الترويج لمنتجاتها	تراعي المؤسسة ظروف الصحة والسلامة أثناء تقديم المنتج
N	Valide 35 Manquante 1	35 1	35 1	35 1	35 1
Moyenne	4,23	4,31	4,17	3,97	4,09
Médiane	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00
Ecart-type	,426	,471	,707	1,200	1,222

تراعي المؤسسة الظروف الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	27	75,0	77,1	77,1
موافق بشدة	8	22,2	22,9	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Manquante Système manquant	1	2,8		
Total	36	100,0		

تعمل المؤسسة على تقديم منتجات تمتاز ورغبات المستهلكين

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	24	66,7	68,6	68,6
موافق بشدة	11	30,6	31,4	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Manquante Système manquant	1	2,8		
Total	36	100,0		

تستمع المؤسسة لشكاوى المستهلكين وتقدم حلولاً لها

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	1	2,8	2,9	2,9
محايد	3	8,3	8,6	11,4
موافق	20	55,6	57,1	68,6
موافق بشدة	11	30,6	31,4	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Manquante Système manquant	1	2,8		
Total	36	100,0		

تتميز اعلانات المؤسسة بالمصداقية عند الترويج لمنتجاتها

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,8	2,9	2,9
	غير موافق	5	13,9	14,3	17,1
	محايد	4	11,1	11,4	28,6
	موافق	9	25,0	25,7	54,3
	موافق بشدة	16	44,4	45,7	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تراعى المؤسسة ظروف الصحة والسلامة اثناء تقديم المنتج

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,8	2,9	2,9
	غير موافق	5	13,9	14,3	17,1
	محايد	3	8,3	8,6	25,7
	موافق	7	19,4	20,0	45,7
	موافق بشدة	19	52,8	54,3	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

جداول نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات المحور الخامس

Statistiques

		تقوم المؤسسة بتخصيص الظروف التفاوضية مع الموردين	تسدد المؤسسة مستحقاتها مع الموردين في اجلها المحددة	منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرار علاقتهما لاطول لفترة	تختار المؤسسة الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية عند ادائهم لالتزامهم	الصدق في التعامل وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل
N	Valide	35	35	35	35	35
	Manquante	1	1	1	1	1
	Moyenne	4,23	4,11	4,51	4,66	4,57
	Médiane	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00
	Ecart-type	,598	,530	,507	,482	,655

تقوم المؤسسة بتحسين الظروف التفاوضية مع الموردين

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	8,3	8,6	8,6
	موافق	21	58,3	60,0	68,6
	موافق بشدة	11	30,6	31,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تسدد المؤسسة مستحقاتها مع الموردين في اجلها المحددة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	8,3	8,6	8,6
	موافق	25	69,4	71,4	80,0
	موافق بشدة	7	19,4	20,0	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرار علاقتهما لاطول لفترة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	17	47,2	48,6	48,6
	موافق بشدة	18	50,0	51,4	100,0
	Total	35	97,2	100,0	
Manquante	Système manquant	1	2,8		
Total		36	100,0		

تختار المؤسسة الموردین الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية عند ادائهم لنشاطهم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	12	33,3	34,3	34,3
موافق بشدة	23	63,9	65,7	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Manquante Système manquant	1	2,8		
Total	36	100,0		

الصدق في التعامل وتدريب الموردین على مختلف طرق تطوير العمل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide محايد	3	8,3	8,6	8,6
موافق	9	25,0	25,7	34,3
موافق بشدة	23	63,9	65,7	100,0
Total	35	97,2	100,0	
Manquante Système manquant	1	2,8		
Total	36	100,0		

الملحق 6.

نتائج اختبار T-TEST للفرضية الفرعية الأولى

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
المحور الاول	8,214	34	,000	,91429	,6881	1,1405

نتائج اختبار T-TEST للفرضية الفرعية الثانية

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
المحور الثاني	12,293	34	,000	1,14286	,9539	1,3318

نتائج اختبار T-TEST للفرضية الفرعية الثالثة

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
المحور الثالث	7,392	34	,000	1,11429	,8079	1,4206

نتائج اختبار T-TEST للفرضية الفرعية الرابعة

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
المحور الرابع	12,320	34	,000	1,31429	1,0975	1,5311

نتائج اختبار T-TEST للفرضية الفرعية الخامسة

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
المحور الخامس	12,431	34	,000	1,34286	1,1233	1,5624

الملحق 7.

جدول اختبار التجانس لمحاور الدراسة

Test d'homogénéité des variances

كل المحاور

Statistique de Levene	ddl1	ddl2	Signification
,383	1	33	,540

جداول اختبار التباين الأحادي ANOVA حسب الجنس للمحاور الخمسة

ANOVA à 1 facteur

الجنس

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,814	5	,363	1,557	,204
Intra-groupes	6,758	29	,233		
Total	8,571	34			

```
ONEWAY x1 BY B  
/MISSING ANALYSIS.
```

A 1 facteur

```
[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mimoir
```

ANOVA à 1 facteur

الجنس

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,238	2	,619	2,701	,082
Intra-groupes	7,333	32	,229		
Total	8,571	34			

ANOVA à 1 facteur

الجنس

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,577	5	,315	1,308	,288
Intra-groupes	6,994	29	,241		
Total	8,571	34			

ONEWAY x1 BY D

/MISSING ANALYSIS.

A 1 facteur

[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mimoir.:

ANOVA à 1 facteur

الجنس

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,270	2	,635	2,783	,077
Intra-groupes	7,302	32	,228		
Total	8,571	34			

[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mimoir.sav

ANOVA à 1 facteur

الجنس



	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,309	2	,654	2,883	,071
Intra-groupes	7,263	32	,227		
Total	8,571	34			

جداول اختبار التباين الأحادي ANOVA حسب المستوى الوظيفي للمحاور الخمسة

ANOVA à 1 facteur

المستوى الوظيفي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,797	5	,359	,933	,474
Intra-groupes	11,174	29	,385		
Total	12,971	34			

ONEWAY x4 BY B

/MISSING ANALYSIS.

A 1 facteur

[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mim

ANOVA à 1 facteur

المستوى الوظيفي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,930	2	,465	1,235	,304
Intra-groupes	12,042	32	,376		
Total	12,971	34			

ANOVA à 1 facteur

المستوى الوظيفي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	2,199	5	,440	1,184	,341
Intra-groupes	10,772	29	,371		
Total	12,971	34			

ONEWAY x4 BY D

/MISSING ANALYSIS.

A 1 facteur

→ [Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mimoir..

ANOVA à 1 facteur

المستوى الوظيفي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,948	2	,474	1,261	,297
Intra-groupes	12,024	32	,376		
Total	12,971	34			

[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mimoir.sav

ANOVA à 1 facteur

المستوى الوظيفي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,207	2	,603	1,641	,210
Intra-groupes	11,765	32	,368		
Total	12,971	34			

جداول اختبار التباين الأحادي ANOVA حسب المستوى الدراسي للمحاور الخمسة

[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mimoir.sav

ANOVA à 1 facteur

المستوى الدراسي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,134	5	,227	1,277	,301
Intra-groupes	5,152	29	,178		
Total	6,286	34			

ANOVA à 1 facteur

المستوى الدراسي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,161	2	,080	,420	,661
Intra-groupes	6,125	32	,191		
Total	6,286	34			

ONEWAY x3 BY C
/MISSING ANALYSIS.

A 1 facteur

[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mimoir.sav

ANOVA à 1 facteur

المستوى الدراسي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,181	5	,036	,172	,971
Intra-groupes	6,105	29	,211		
Total	6,286	34			

المستوى الدراسي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,151	2	,075	,393	,678
Intra-groupes	6,135	32	,192		
Total	6,286	34			

ONEWAY x3 BY E

/MISSING ANALYSIS.

A 1 facteur

[Ensemble_de_données3] C:\Users\abdou\Desktop\abdou spss abdou mim

ANOVA à 1 facteur

المستوى الدراسي

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,952	2	,476	2,857	,072
Intra-groupes	5,333	32	,167		
Total	6,286	34			

الملحق 8.



جامعة 8 ماي 1945- قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يشرفنا ان نضع بين ايديكم هذا الاستبيان الذي يدخل ضمن دراسة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات والتي تهدف الى معالجة موضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية -مجمع عبيدي نموذجاً-يكفي فقط التأشير بعلامة (X) لكل إجابة في الخانة المناسبة التي تعكس رأيكم كما نحيطكم علماً ان اجاباتكم لن تستخدم الا لغرض علمي بحث فأملنا فيكم كبير بان تكون اجاباتكم صادقة وموضوعية.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام ونشكر لكم حسن تعاونكم

تحت اشراف:

كردوسي اسماء

الطالب :

حسن اوي عبد الرحمان

معلومات خاصة

الجنس:

ذكر انثى

العمر:

اقل من 30 سنة من 31 سنة الى 40 سنة أكبر من 41 سنة

المستوى الدراسي:

ثانوي او اقل جامعي دراسات عليا

الخبرة:

اقل من 5 سنوات من 6 الى 15 سنة أكثر من 16 سنة

المستوى الوظيفي:

إدارة عليا إدارة وسطى إدارة تنفيذية

المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

رقم العبارة	محتوى العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تساهم المؤسسة في التقليل من مشكلة البطالة في المجتمع					
2	تتوافق رسالة المؤسسة وأهدافها مع اهداف وقيم المجتمع					
3	تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعات					
4	تساهم المؤسسة في دعم الأنشطة العلمية، الثقافية والرياضية					
5	تقدم المؤسسة الدعم للجمعيات الخيرية والمؤسسات التي تقوم بخدمة المجتمع					
6	تساهم المؤسسة في انجاز مشاريع الأساسية من مدارس طرقات وبرامج اسكان					

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة اتجاه البيئة

رقم العبارة	محتوى العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تحتزم المؤسسة قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي					
2	تستخدم المؤسسة الطرق والتقنيات الحديثة لتجنب التلوث والتخلص من النفايات والتلوث البيئي					

					توجه المؤسسة افرادها نحو اكتساب وتبني الثقافة البيئية	3
					يوجد نظام للإدارة البيئية في المؤسسة	4
					تساهم المؤسسة في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي	5

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

رقم العبارة	محتوى العبارة	غير موافق بشدة	موافق	محايد	موافق بشدة
1	توفر المؤسسة البرامج التدريبية اللازمة لتنمية مهارات العاملين				
2	تقوم المؤسسة بإرساء قنوات الاتصال قائمة على معايير المصداقية والشفافية والاكتمال وسهولة الاتصال				
3	تعطي المؤسسة لجميع العمال حق التعبير عن شخصيتهم والابداع في العمل				
4	تعمل المؤسسة على توفير الامن الصناعي وتفادي حوادث العمل				
5	تقدم المؤسسة حوافز للعاملين				
6	يتم اشراك العاملين في عملية اتخاذ القرارات بالمؤسسة				

المحور الرابع: المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين

رقم العبارة	محتوى العبارة				
1	تراعي المؤسسة القدرات الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها				
2	تعمل المؤسسة على تقديم منتجات تتماشى ورغبات المستهلكين				
3	تستمع المؤسسة لشكاوى المستهلكين وتقدم حلولاً لها				
4	تتميز إعلانات المؤسسة بالمصداقية عند الترويج لمنتجاتها				
5	تراعي المؤسسة ظروف الصحة والسلامة اثناء تقديم المنتج				

المحور الخامس: المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين.

رقم العبارة	محتوى العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تقوم المؤسسة بتحسين الشروط التفاوضية مع الموردين					
2	تسدد المؤسسة مستحقاتها مع الموردين في اجالها المحددة					
3	منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرار علاقتهما لفترة أطول					
4	تختار المؤسسة الموردين الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية عند ادائهم لنشاطهم					
5	الصدق في التعامل وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل					

الملخص:

هدفت الدراسة الى محاولة التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ومحاولة اسقاط ذلك على مؤسسة اقتصادية تنشط في الصناعات الغذائية محاولين الإجابة على التساؤل المحوري التالي: الى أي مدى تلتزم المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية؟ حيث كشفت نتائج الدراسة عن وجود مستوى مرتفع للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية المبحوثة، ويعزو الباحث هذه النتيجة الى وعي المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة بالأهمية المتزايدة للمسؤولية الاجتماعية في قيادة المؤسسة نحو التميز والاستمرارية. الكلمات المفتاحية: المؤسسة الاقتصادية-المسؤولية الاجتماعية-المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

Abstract :

This study aimed to try to identify the reality of social responsibility in algerian economic institutions and to try to project that on an economic institution active in the food industry trying to answer the following central question to what extent is the algerian economic institution committed to social responsibility ?where the results of the study revealed a high level of social responsibility in the algerian economic institution studied and the researcher attributes this result to the awareness of the economic institution under study of the increasing importance of social responsibility in leading the institution towards excellenceand continuity.

Key word : economic institution- social responsibility- Algerian economic institution