الجمهوريـــــــة الجزائريـــــــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــــة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف -المسيلة

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير فرع: علوم التسيير

رقم: ..... تخصص: إدارة اعمال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي

إعداد الطالبتين:

- شلابي آية

- قويسي حبيبة

تحت عنوان

واقع تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية

دراسة ميدانية بمؤسسة إتصالات الجزائر بولاية المسيلة

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبـــــة	الجامعة	الصفة
نوي نور الدين	أستاذ	جامعة المسيلة	رئيسا
حسيـــــن بركاتي	أستاذ	جامعة المسيلة	مشرفا ومقررا
رحماني سناء	أستاذة	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و تقدير

الشكر لله سبحانه وتعالى على توفيقه لإتمام هذا العمل ،و انطلاقا من قول الرسول صلى الله عليه وسلم: "....ومن صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدو ما تكافئونه فادعوا له حتى تروا أنكم قد كافأتموه"

اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك على مايسرت لنا في هذا العمل المتواضع حتى خرج للنورفسبحانك لا إله إلا أنت أستغفرك وأتوب إليك.

ثم لا يسعنا إلا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذنا "بركاتي حسين" من خلال قبوله الإشراف علينا بنصائحه وتوجيهاته القيمة التي منحها لنا، كما أنه لم يبخل علينا بوقوفه الثمين في تتبع هذا العمل من بدايته إلى نهايته فجزاه الله عنا ألف خير.

كما يطيب لنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى أساتذتنا الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بإثراء هذا العمل وتقييمه في سبيل توجيه النصح لنا وتدارك النقص ، فجزاهم الله عنا كل خير.

كما نتقدم بالشكر والعرفان إلى الأساتذة الذين درسنا على يدهم والذين منحونا الكثير من وقتهم وكان لرحابة صدرهم وسمو خلقهم وأسلوبهم المميز في التدريس

أكثر الأثر لإتمام مشوارنا الدراسي.

وصلي اللهم على نبينا وحبيبنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام.

- آية
- حبيبة

إهـــــــداء

بسم الله والحمد لله الذي علم العلم ورفع أهل العلم والسلام على من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة، صاحب الخلق العظيم والقدر الفخيم من أرسلته رحمة للعالمين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وعليه أهدي ثمرة عملي وجهدي:

إلى نور عيني وسندي في حياتي أبي الغالي، إلى من جعل تحت قدميها الجنان إلى سيدة قلبي وحبيبة روحي ونبض حياتي أمي، إلى جدتي وزوجة أبي، إلى إخواني وأخواتي، صلاح ،هارون ، إبراهيم ،عبد الحفيظ ، العيد ،نصيرة ،رانية ،وهيبة ،رندة ،سميحة وكل أولادهم يمينة وعائشة ،رؤوف أيوب حليم وزوجته وابنه مقيم، ولا أنسى يحي الذي لم يكن ابن الأخ بل كان أخي الذي لم تلده أمي.

إلى كل من قدم لي الدعم وكان سندا لي بعد الله تعالى، إلى عباس وزوج أختي أحمد جزاهم الله كل خير.

إلى من عشت معهم أروع اللحظات وقضيت معهم أجمل الأيام ولا يتسع المقام لذكرهم ويتسع قلبي لحبهم، صديقاتي فهيمة، صورية، إكرام ،نادية ،منى ،خليصة بسمة إيمان و خديجة .

إلى كل من شاركوني حزني قبل فرحي، إلى من سقط ذكره سهوا، إلى كل من قد فتح مذكرتي من بعدي، إليكم جميعا أهدي عملي هذا.

حبيبـة

إهـــــداء

نحمد الله حمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، مهما طال الزمن فإن لكل بداية نهاية ولكل تعب راحة ولكل جهد ثمرة، وثمرة جهدي هذه المذكرة التي أهديها

إلى **أمي الغالية** التي أحاطتني بحبها وغمرتني بحنانها وعطفها ودفعتني لمواصلة مشواري الدراسي والتي عانت كثيرا لأجلي و علمتني أن الحياة كفاح ووراء كل تعب نجاح أمي ثم أمي ثم أمي أطال الله في عمرها.

إلى الذي سعى جاهدا في تربيتي وتعليمي وتوجيهي والوقوف إلى جانبي بكل ما أوتي **و** علمني أن الإخلاص أساس النجاح والصمود مهما كانت الصعوبات **أبي الغالي** حفظه الله وأطال في عمره.

لم يكن بإمكاني إتمام هذا العمل بنجاح دون دعمكما وتشجيعكما المستمر، لذلك أريد ان أعبر عن شكري وامتناني العميق لكما على مساندتكما خلال هذه الرحلة الطويلة.

إلى أختي سارة وأخي زكرياء إلى كل الأهل والأقارب والأصدقاء.

داعية المولى سبحانه وتعالى أن تكلل بالنجاح والقبول من طرف أعضاء لجنة المناقشة المبجلين

آيـــــة

فهرس المحتويات

فهرس *المحتويات*

المحتويات	الصفحة
شكر و تقدير	
إهداء	
فهرس المحتويات	**I**
فهرس الجداول والأشكال والملاحق	**IV**
مقدمة	أ– ز
الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية	
تمهيد	09
المبحث الأول: مدخل المسؤولية الاجتماعية	10
المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية ونشأتها	10
المطلب الثاني: أسباب ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية	13
المطلب الثالث: مفاهيم مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية	14
المطلب الرابع: أهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية	19
المبحث الثاني: أساسيات المسؤولية الاجتماعية وأهم عناصرها و إتجاهاتها ومجالاتها	21
المطلب الأول: مبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية	21
المطلب الثاني: عناصر المسؤولية الاجتماعية	26
المطلب الثالث: اتجاهات المسؤولية الاجتماعية	28
المطلب الرابع: مجالات المسؤولية الاجتماعية	28
خلاصة الفصل	32
الفصل الثاني: دراسة ميدانية على مؤسسة الاتصالات الجزائر–المسيلة	
تمهيد:	34

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر في ولاية المسيلة	35
المطلب الأول: تعريف عام بالمؤسسة	35
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة	36
المطلب الثالث: منتوجاتها وخدماتها	37
المطلب الرابع: أهدافها ونشاطاتها	37
المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية	37
المطلب الأول: أدوات وإجراءات الدراسة الميدانية	37
المطلب الثاني: تصميم واختبار صلاحية الدراسة الميدانية	38
المبحث الثالث: التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات	44
المطلب الأول: عرض وتحليل أبعاد ومحاول الاستبيان	44
المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج فرضيات الدراسة	50
خلاصة الفصل	54
خاتمة	58
قائمة المراجع	62
الملاحق	66
الملخص	83

فهـــــــــرس

الجداول والأشكال

والملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	جدول ملخص لمنظومات المسؤولية الاجتماعية	26
02	درجات مقياس الدراسة	38
03	أبعاد ومحاور الدراسة	38
04	قيمة معامل الثبات ألفاكرومباخ Crombach's Alpha لمحاور الاستبيان	40
05	الاتساق الداخلي لبعد الملاك والمساهمون	40
06	الاتساق الداخلي لبعد العاملون	41
07	الاتساق الداخلي لبعد الزبائن	41
08	الاتساق الداخلي لبعد الحوكمة والمجتمع	42
09	الاتساق الداخلي لبعد المنافسون	43
10	اختبار طبيعة البيانات	44
11	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	44
12	توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر	45
13	توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	46
14	توزيع مفردات العينة حسب متغير الخبرة	46
15	تحليل معطيات فقرات البعد الأول	47
16	تحليل معطيات فقرات البعد الثاني	48
17	تحليل معطيات فقرات البعد الثالث	48
18	تحليل معطيات فقرات البعد الرابع	49
19	تحليل معطيات فقرات البعد الخامس	50
20	نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الأولى	51

21	نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الثانية	51
22	نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الثالثة	52
23	نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الرابعة	52
24	نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الخامسة	53
25	نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الرئيسية	53

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	ركائز المنظمة الأخلاقية	16
02	هرم Carrol لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	25
03	الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر في ولاية المسيلة	36
04	شكل توزيع مفرادات العينة حسب متغير الجنس	44
05	شكل توزيع مفرادات العينة حسب متغير العمر	45
06	شكل توزيع مفرادات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	46
07	شكل توزيع مفرادات العينة حسب متغير الخبرة	46

فهرس الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	استمارة الاستبيان	66
02	مخرجات spss (نتائج تحليل الاستبيان)	70
03	تصريح شرفي	81

مقدمـــــــــــة

مقدمة:

في ظل التحديات الراهنة والناتجة عن التغيرات والتطورات المتسارعة في مختلف الميادين، أصبح على المنظمات بشتى أنواعها السعي إلى تحقيق التميز الذي يضمن لها البقاء والاستمرارية وقد أسهمت هذه التطورات في إعطاء النشاطات الاجتماعية التي تقوم بها المنظمات أهمية بالغة، حيث أصبح على هذه المنظمات الأخذ بالحسبان تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة الداخلية والخارجية التي تشكل لها الإطار الذي تعيش فيه هذه المنظمات.

في الماضي كانت معظم المنظمات تمارس أعمالها المختلفة بحرية كبيرة دون الاهتمام بالآثار والانعكاسات التي قد تتسبب فيها هذه الأنشطة على المحيط الذي تمارسها فيه هذه المنظمات، حيث كان يقتصر دور هذه المنظمات على أساس تعظيم الربح وفقط دون أن تقوم بأي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق عملها. ولكن في أوائل الخمسينات من القرن الماضي ظهر اتجاه قوي يدعو إلى ضرورة التزام المنظمات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه فأصبحت الإدارة مسؤولة ليس فقط عن تحقيق الكفاءة الاقتصادية لأنشطة المنظمة من خلال تعظيم مؤشر الربحية، ولكن أيضا بما يجب أن تؤديه المنظمة اتجاه المشاكل الاجتماعية المترتبة على أداء تلك الأنشطة، بمعنى أن الإدارة أصبحت مضطرة أكثر من أي وقت على التسليم بالمسؤولية الاجتماعية إلى جانب مسؤوليتها الاقتصادية اتجاه المجتمع واعتماد رؤية جديدة قائمة على مفهوم سد الحاجة الفعلية للمجتمع لأن ذلك يعكس ثقة المنظمة بموظفيها وأجهزتها، وكذلك ثقة المجتمع الذي تعمل في خدمته وبالتالي كسب تعاطفه واحترامه، وهذا ما يؤدي إلى نجاح المنظمة وضمان نموها واستمرارها.

1- الإشكالية الرئيسية:

إن مصطلح المسؤولية الاجتماعية عرف في السنوات الأخيرة تطورا ملحوظا ومستمرا حيث حقق قفزة نوعية وذلك من خلال التطرق إليه بصفة دقيقة في العديد من البحوث الجامعية والملتقيات التكوينية مما لفت انتباه مسيري المنظمات لهذا المفهوم من أجل التوسع فيه، وبناءا على ما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

هل تتبنى مؤسسة اتصالات الجزائر-المسيلة مفهوم المسؤولية الاجتماعية ؟

انطلاقا من السؤال الرئيسي يمكن طرح الأسئلة الفرعية الآتية:

الأسئلة الفرعية:

السؤال الفرعي رقم01: هل توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالملاك والمساهمون؟

السؤال الفرعي رقم 02: هل توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالعمال؟

السؤال الفرعي رقم 03: هل توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالزبائن؟

السؤال الفرعي رقم 04: هل توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالحكومة والمجتمع؟

السؤال الفرعي رقم 05: هل توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالمنافسين؟

فرضيات الدراسة:

على ضوء الإشكالية المطروحة ، تم اعتماد الفرضية الرئيسية الآتية:

الفرضية الرئيسية:

تتبنى مؤسسة اتصالات الجزائر–المسيلة مفهوم المسؤولية الاجتماعية

يندرج تحت الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية:

الفرضية الفرعية رقم01: توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالملاك والمساهمون.

الفرضية الفرعية رقم02: توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالعمال.

الفرضية الفرعية رقم03: توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالزبائن.

الفرضية الفرعية رقم04: توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالحوكمة والمجتمع.

الفرضية الفرعية رقم05: توفر مؤسسة اتصالات الجزائر متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالمنافسين.

3- أهمية الدراسة:

- المكانة والأهمية التي بلغتها المسؤولية الاجتماعية في مجال إدارة الأعمال، والتي من خلالها يستطيع أصحاب القرار التأثير في تحقيق الأهداف بشكل كبير، فقد أصبح موضوع المسؤولية الاجتماعية من الموضوعات ذات الاهتمام الملحوظ على مستوى الشركات العالمية والمحلية.
- عرض عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأهمية الالتزام بها نظرا لمساهمتها في خلق مجتمع داخلي متماسك.
- حاجة المنظمةالاقتصادية الجزائرية إلى إدراك المفاهيم النظرية للمسؤولية الاجتماعية والمنافع المترتبة عليها للمنظمة أو المجتمع والدولة بصفة عامة.
- المسؤولية الاجتماعية ليست عبارة عن مصاريف وتكاليف إضافية بل يمكن من خلالها أن تحصل المنظمة على أرباح إضافية بواسطة التأثير الإيجابي على أداء الأفراد.

4- أهداف الدراسة:

- محاولة الإلمام بأهم المفاهيم بكل من المسؤولية الاجتماعية والتعرف على جوانبها المختلفة.
- تسليط الضوء على أهمية المسؤولية الاجتماعية وضرورة الالتزام بها في منظمات الأعمال نظرا لمساهمتها في تطوير المجتمع ومعالجة مشاكله الإنسانية والبيئية والاقتصادية.
- التعرف على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر في ولاية المسيلة وتحديد مدى إدماجها في نشاطاتها من خلال استقصاء آراء المبحوثين من العاملين في الإدارة لمؤسسة اتصالات الجزائر–المسيلة.
- استخلاص نتائج وتوصيات تعود بالفائدة على قطاع الأعمال في الجزائر والتشجيع على تبني المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال.

5- أسباب اختيار الموضوع :

- هذا الموضوع جدير بالدراسة لأهميته في قطاع الأعمال.
- الرغبة في إضفاء المزيد من المعلومات النظرية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية المتعلقة بتأصيلها النظري من خلال تحليلات وأبحاث هامة لأوائل الأكاديميين لتكون قاعدة معلومات لباحثي المستقبل.

– تفشي ظاهرة الفساد وحدوث العديد من الفضائح الاقتصادية التي تعود إلى سبب رئيسي ألا وهو عدم تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

– الاضطلاع على واقع اتصالات الجزائر بالمسيلة ومدى التزامها في تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومعرفة النقائص والسلبيات وعرض حلولها إن أمكن.

– توفر الرغبة والاهتمام الشخصي لدراسة الموضوع.

6- منهج الدراسة :

لمناقشة إشكالية الدراسة ومحاولة معرفة مدى توافق الجانب النظري مع ما هو مطبق في الواقع، تم استخدام المنهج الوصفي الذي يعتبر من أبرز وأكثر المناهج شيوعا، حيث يهدف إلى وصف الظواهر والأحداث، وجمع الحقائق والمعلومات عنها ومحاولة تفسيرها بطريقة موضوعية، كما تم استخدام المنهج الإحصائي في معالجة وتحليل البيانات لتفسير الدلالات الإحصائية.

7- الدراسات السابقة:

دراسة نسيمة بروال، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة المديرية الشرقية لشركة اتصالات أوريدو–قسنطينة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تحليل استراتيجي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة يحى فارس بالمدية، 2021/2020.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصالح (المالكين، العاملين، الزبائن، المجتمع، المنافسين، الحكومة، البيئة، ذوي الاحتياجات الخاصة، المرأة، الشباب، كبار السن، الأطفال) في تحقيق الميزة التنافسية بالمديرية الجهوية الشرقية لشركة أوريدو–قسنطينة– وللوصول إلى هذا الهدف تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي ضمن بعض ما ورد في الأدبيات الإدارية والمتعلقة بموضوع الدراسة، وأسلوب دراسة الحالة في الجانب التطبيقي للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات كطريقة لتغيير القوى التنافسية وهذا من خلال تشجيع المزيد من اللوائح والتنظيمات الصارمة، وهذا ما يضاف من التكاليف بالنسبة للشركات المنافسة وأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين من خلال احترام أخلاقيات الإدارة كالصدق والأمانة والعدل والوفاء مع العاملين يؤدي إلى ثقة العاملين في الإدارة وهذا بدوره يؤدي إلى تحفيزهم على العمل وبذلك يمكن القول أن احترام المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين من شأنه أن يشكل ميزة تنافسية للمؤسسة كما توصلت إلى نتائج تطبيقية بأنه يوجد

أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (a <0,5) للاهتمام بالمالكين وتحقيق الميزة التنافسية بالمديرية الجهوية الشرقية لشركة أوريدو–قسنطينة– ويظهر ذلك من خلال عمل الشركة على تعظيم قيم أسهمها وزيادة حصتها السوقية من خلال الاستخدام الأمثل للموارد لتحقيق أرباح عالية وأيضا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (a <0,05) للاهتمام بالزبائن وتحقيق الميزة التنافسية ويظهر ذلك من خلال اهتمام الشركة بتوفير خدمات لعملائها بدرجة عالة من الجودة والكفاءة، وبأسعار مناسبة لجودتها، حيث تراعي الشركة عند تسعير خدماتها مختلف الشرائح والفئات خاصة الطبقات ذات الدخل المحدود، وتتيح لهم فرصة الإستفادة من خدماتها بسهولة ويسر، وأوصت الدراسة بضرورة العمل تطوير قدرات الشركة وإمكانياتها، للوصول للإستخدام الأمثل لمختلف الموارد من أجل رفع حصتها السوقية وزيادة حجم المبيعات وتحقيق التوسع والنمو، وضرورة زيادة اهتمام الشركة بالمجتمع المحلي الذي تعمل به من خلال المساهمة في دعم المشاريع التنموية التي تساهم في خلق مناصب عمل ورفع العزلة عن المناطق النائية ودعم مختلف الأنشطة الرياضية والثقافية والاجتماعية.

دراسة ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، في علوم التسيير تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009.

هدفت هذه الدراسة إلى إبقاء الضوء على المسؤولية الاجتماعية للمنظمة اتجاه الموارد البشرية أي أنها ستهتم بصفة خاصة بالأداء الاجتماعي في إطار الموارد البشرية، الصحة والأمن في العمل والخدمات الاجتماعية كالتأمين...إلخ، وتضمن البحث دراسة ميدانية كانت على مستوى مؤسسة شي علي للأنابيب (CHIALI TUBES)، حيث تم أخذ عينة من مجتمع البحث المتمثلين في عمال المنظمة (رؤساء مرؤوسين) وتم إخضاعهم للدراسة وذلك عن طريق طرح استبيان كوسيلة لجمع البيانات القيام بتحليلها حتى يمكن التوصل إلى نتائج تصدق أو تكذب فرضيات البحث ومن خلال الدراسة توصلت إلى مجموعة النتائج تمثلت في أن هناك تعاريف عديدة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة "قد تختلف التعابير لكنها تتقارب في المضمون، ومع ذلك يمكن تعريفها بأنها: ما تقوم به المؤسسات وتقدمه للمجتمع طبقا لتوقعاته مع ضمان مراعاة حقوق الإنسان وقيم المجتمع وأخلاقياته والإلتزام بالقوانين ومكافحة الفساد الشفافية والإفصاح وأن تبني المؤسسات لمسؤوليتها الاجتماعية تحقق فوائد عديدة للمجتمع كتقديم السلع الصحية، المحافظة على البيئة، زيادة ولاء العاملين...إلخ، وللمؤسسة أيضا من خلال خلق العلاقات الجيدة مع المساهمين، المستهلكين، العمال...إلخ، وأن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة ليست إلا تكاليف زائد على المنظمة ولا تعود عليها بأي نفع، وهذا غير صحيح أيضا،

حيث نجد أن الدراسة أوضحت أن التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية يعود عليها بالعديد من المنافع ومن أهمها: تحسين الأداء المالي للمنظمة، تقليل التكاليف التشغيلية، تحسين سمعة المنظمة وعلاقتها التجارية، وتوصلت أيضا إلى أن الاهتمام بالموارد البشرية يمثل بعدا من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، وذلك صحيح وقد تم الإشارة إليه من خلال نقد الفرضية الأولى، فالموارد البشرية تعتبر بعدا داخليا من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمة والتي من خلالها تمارس مختلف أنشطتها الاجتماعية اتجاهها كالقيام بعملية تسييرها، توفير ظروف العمل المناسبة بأداء الأعمال، الاهتمام بخلق التوازن بين الحياة المهنية والحياة الشخصية...إلخ من الممارسات المختلفة والتي تضمن تحقيق رضا العامل.

دراسة زهيةعباز، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية في المؤسسة، دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية تخصص إدارة أعمال-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- جامعة باتنة1، الحاج لخضر، 2019/2018.

هدفت الدراسة إلى وصف واقع إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية من خلال التعمق في فلسفة وممارسة المؤسسات المنخرطة طوعيا في منهج المسؤولية الاجتماعية والمختارة كمنظمات قائدة لهذا النهج بالجزائر من طرف منظمة الايزو في إطار مشروع RS MENA ممثلة في (SASACE, Nca Rouiba, cttp) وتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي عن طريق استقراء الدراسات والأبحاث والكتب والدوريات العربية والأجنبية التي تمت في مجال المسؤولية الاجتماعية وذلك لخدمة هدف البحث بالإضافة إلى المنهج الوصفي وذلك بهدف تحليل البيانات التي تتوافر عن مشكلة البحث وقد طرح البحث بجملة من النتائج أهمها أن المسؤولية الاجتماعية لا يمكن تجاهلها اليوم في ممارسات إدارة الأعمال رغم الخلافات والنقاشات التي تثيرها من حين لآخر خاصة في الدول النامية وأن غياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى المدراء انطلاقا من أن التجربة توقفت لدى مؤسسة CTTP بمجرد تغيير المدراء، وأن عدم اختيار المؤسسات بطريقة عشوائية لم يعطي الفرصة للمنظمات الأخرى بالتعرف على هذا النهج مما يؤثر على ممارسته بشكل خاطئ، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المشكل داخلي والمشكلة إدارية حقيقية لا يمكن تجاهلها لذا تم تقديم اقتراحات تضمنت ضرورة استبدال النموذج التقليدي في الإدارة بنموذج آخر متعدد الأبعاد يعني بترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية (الاستعانة بالخبراء والجامعيين لتوضيح الجانب المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية وكيفية صياغة التخطيط الاستراتيجي لإدماج هذا المفهوم على مستوى الممارسات الوظيفية في

المؤسسات واستخدام نتائج البحث العلمي في هذا المجال) والعمل أيضا على ترسيخ الاقتناع بثقافة المسؤولية الاجتماعية كنهج ضمن التخطيط والتفكير بالاستراتيجي للمنظمات.

دراسة غربي يسين سي لاخضر، قرينعي ربحية، مدى التزام المنظمات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال–دراسة ميدانية– المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة–الواقع والرهانات– يومي 14 و15 نوفمبر 2016، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف–الجزائر.

هدفت الدراسة إلى تحديد مدى تبني المنظمات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، ولتحقيق هدف الدراسة تم توزيع استبيان أعد لهذا الغرض، على عينة من العاملين في بعض المنظمات الصغيرة والمتوسطة في المنطقة الصناعية بالجلفة وقد توصلت إلى أن هناك مستويات متوسطة لتطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في هذه المنظمات، مع تفاوت نسب اهتمامها بالأداء الاجتماعي في المحيط الذي تشغل فيه.

8– علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

تتشابه دراستنا مع الدراسات السابقة فيما يتعلق بالجوانب النظرية للمسؤولية الاجتماعية إلا أن الاختلاف الوحيد هو ميدان الدراسة، حيث تم الدراسات السابقة على مستوى المديرية الشرقية لشركة اتصالات أوريدو–قسنطينة وبعض المنظمات الصغيرة والمتوسطة في المنطقة الصناعية بالجلفة بالإضافة إلى مؤسسة شي علي للأنابيب (CHIALI Tubes)، أما دراستنا فكانت على مستوى مؤسسة اقتصادية جزائرية وهي شركة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

الفصـــــل الأول

الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية

- تمهيد.
- المبحث الأول: مدخل المسؤولية الاجتماعية.
- المبحث الثاني: أساسيات المسؤولية الاجتماعية وأهم اتجاهاتها ومجالاتها.
- خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعد المسؤولية الإجتماعية للمنظمات من المفاهيم الإدارية الحديثة، والتي ظهرت نتيجة تزايد ضغوط المنظمات، حيث أن دورها لا يقتصر فقط على خدمة مصالحها الذاتية وتحقيق الأرباح، بل يتعدى ذلك ويجب عليها إضافة إلى تحقيق مصالحها الذاتية أن تعمل على تحقيق مصالح المجتمع الذي تعمل فيه، فالمنظمات اليوم أصبحت مطالبة بالتوفيق بين أهدافها الإقتصادية والمتطلبات الإجتماعية كشرط لتحقيق نموها وضمان بقائها.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مختلف مفاهيم و أسباب ظهور مفهوم المسؤولية الإجتماعية ومراحل تطورها وأهميتها وأهدافها وتناول أساسيات المسؤولية الإجتماعية من مبادئ وأبعاد وعناصر وفي الأخير نتطرق إلى اتجاهات ومجالات المسؤولية الإجتماعية، وعليه فإنه سيتم في هذا الفصل التطرق إلى المباحث التالية:

- **المبحث الأول: مدخل المسؤولية الاجتماعية.**
- **المبحث الثاني: أساسيات المسؤولية الاجتماعية وأهم اتجاهاتها ومجالاتها.**

المبحث الأول: مدخل للمسؤولية الاجتماعية

إن التطور الحاصل في مسؤوليات الشركات اتجاه مجتمعاتها جاء نتيجة التطورات التي عرفتها الشركات عبر الزمن و تأثيرها على المجتمع و البيئة. مما أدى إلى تبلور فكرة تذكير الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية و الأخلاقية وحتى لا يكون الربح عائدا عن أمور غير مقبولة أخلاقيا أو قانونيا. الأمر الذي دفع الشركات متعددة الجنسيات للبحث عن دور لها على المستوى الإجتماعي و خصوصا بعد تنامي ظاهرة الفقر نتيجة التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة العالمية.

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية ونشأتها

شهد مصطلح المسؤولية الإجتماعية في السنوات الاخيرة تطورا ملحوظا حيث حقق قفزة نوعية و ذلك من خلال التطرق إليه بصفة دقيقة في العديد من البحوث الجامعية و الملتقيات التكوينية مما لفت انتباه مسيري المؤسسات لهذا المفهوم من اجل التوسع فيه و فيما يلي سنبين أهم التعاريف حول المسؤولية الإجتماعية ونشأتها وأسباب ظهورها، وبعض المفاهيم المرتبطة بها، بالإضافة إلى أهميتها و أهدافها.

الفرع الاول: تعريف المسؤولية الاجتماعية

يصعب تحديد تعريف محدد للمسؤولية الاجتماعية وذلك نظرا لتباين وتعدد توجهات الكتاب نحو المسؤولية الاجتماعية ونظرا لارتباط مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالعلوم السلوكية والبحث في المجتمع، ولكن بالرغم من هذه التباينات فإن ذلك لا يمنع من استعراض عدد من التعاريف فقد عرفت بأشكال مختلفة ومنها:

يعتبر (MietonFriedman) من أوائل من عرفوا المسؤولية الاجتماعية في سبعينات القرن الماضي إذ يرى أن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به وتقديم السلع والخدمات المستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات العامة للموظفين واحترام سيادة القانون عن طريق العقود المبرمة.

كما أنه يقر أن تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يقلل أرباحها ويزيد تكاليف العمل كما من شأنه أيضا إعطاء قوة اجتماعية للأعمال بشكل أكثر من الازم.[1]

عرفتها المنظمة العالمية للمعايرة (إيزو) بأنها: ممارسات تقوم بها المنظمة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع والمحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة، تركز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، احترام القوانين الحكومية وتدمج مع النشاطات اليومية للمنظمة.[2]

كما يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى تلك "الدرجة التي تتصرف إليها نشاطات منظمات الأعمال في المحافظة والتطوير لجوانب المجتمع بما هو أكثر من ذلك الحد الذي تقتضيه مصلحة منظمة الأعمال اقتصاديا وفنيا".[3]

وتعرف أيضا بأنها: مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها كجزء من استراتيجياتها.[4]

وقد طرح Holms مفهوم المسؤولية الاجتماعية بكونها "التزاما على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وإيجاد فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها".[5]

الفرع الثاني : تطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

إن مصطلح المسؤولة الاجتماعية ليس ذا طابع جامد بل على عكس ذلك فهو يتميز بصفات الديناميكية أي القابلية للتطور والتغيير وذلك من أجل مواكبة المتغيرات الاجتماعية

---

[1]– محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2019، ص 43.

[2]– ياسمين خليل، الخدمة الاجتماعية في المجتمعات الصناعية،ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2016، ص 356.

[3]– فريد فهمي زيارة، وظائف منظمات الاعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2020 ، ص 257.

[4]– ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2001، ص 27.

[5]– محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2008، ص 25.

والاقتصادية والسياسية التي من الممكن أن تطرأ عليها بالرغم من ذلك فمن الصعوبة بإمكان تحديد مراحل دقيقة لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تشعب الأحداث فيما بينها والتأثيرات المتبادلة غير أن الملاحظ لتطور هذه الأحداث باستطاعته أن يميز إضافات وتغيرات ذات أهمية أدت إلى بروز مفهوم المسؤولية الاجتماعية.[1]

ففي بداية الأمر ظهرت فكرة المسؤولية الاجتماعية عقب الثورة الصناعية وارتبط نشوئها بقيام المشاريع الصناعية وما عاشته المنظمات في تلك الفترة من تقدم بفضل مختلف الاختراعات العلمية التي ساهمت بشكل كبير في تحقيق الهدف الأسمى للمؤسسة المتمثل في تعظيم الأرباح مستنزفة بذلك كل الموارد المتاحة من طبيعية وبشرية حيث تم تشغيل الأطفال والنساء لساعات طويلة وفي ظروف عمل قاسية وأجور متدنية، مفترضة أن مسؤولية المؤسسة تنحصر في إنتاج سلع وخدمات مفيدة للمجتمع فقط والتي من خلالها تحقق عوائد مجزية للمالكين.

وقد ظلت هذه النظرة قائمة خلال القرن التاسع عشر والربع الأول من القرن العشرين ولكن مع تضخم حجم المنظمات وما رافق ذلك من أزمات اقتصادية واستغلال للأيدي العاملة وتدني الأجور، وظهور التكتلات النقابية برزت مرحلة جديدة كان من خلالها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية الداخلية من جهة كتأمين السلامة والأمن في كان العمل، تقليص ساعات العمل، الرعاية الصحية، ...إلخ، وكتخفيف للضغوط الكبيرة التي أفرزها التأثير المتزايد على البيئة اتجهت المنظمات إلى الاهتمام بالمسؤولية الخارجية والمرتبطة بالبيئة، الزبائن، المنافسين، الحكومة، الموردين.

وبتجاوز النظرة الضيقة للمنظمات أحادية الهدف التي تسعى لتحقيق أقصى الأرباح على حساب الأفراد و المجتمع وبروز اتجاه جديد يدعو إلى توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية،[2] والذي يمكن حصر بدايته في عام 1960 بعدما أصبحت الضرورة لازمة في انتقال المسؤولية الاجتماعية على مرحلة أخرى أكثر استيعابا للبيئة ومتغيراتها الواسعة

[1]– بلقايد محمد جواد، دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2018–2019، ص 9.

[2]– ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، رسالة ماجستير في تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2009–2010، ص10–11.

وأصبحت التسمية لهذه المرحلة بنوعية الحياة وتقديم المزيد من السلع والخدمات وبما يتناسب مع الارتقاء النوعي الحاصل في مستوى الحياة التي يعيشها الأفراد.[1]

وقد وردت مؤشرات أهمية الأداء الاجتماعي حينما أوضع (Sheldom) "أن مسؤولية كل منظمة تتحدد من خلال آدائها الاجتماعي والمنفعة المحققة للمجتمع"، وفي عام 1972 أوصى المؤتمر المنعقد بجامعة كاليفورنيا تحت شعار "المسؤولية الاجتماعية للبيئة لمنظمات الأعمال" بضرورة إلزام كافة المؤسسات برعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة والمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد.

وبانتشار الوعي في إطار المحيط الاقتصادي وبالتتابع المنطقي الحاصل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح من الضروري إدماج فكرة المسؤولية في السياسة العامة للمنظمة ومن الملاحظ ان في مرحلة الاقتصاد المعرفي وثورة المعلومات أصبحت أغلب المنظمات الغربية تمتلك مدونات أخلاقية تؤطر النظرة الاجتماعية وجوانب تبنيها اتجاه مختلف أصحاب المصالح.[2]

المطلب الثاني: أسباب تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية

أشارت العديد من الدراسات إلى أن بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات أهمها:[3]

أ- **العولمة:** تعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من المنظمات متعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان والمجتمع والبيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال.

ب- تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: من خلال التشريعات والقوانين الرادعة أو المحفزة التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي يكلف المنظمة

---

[1]- ثامر بكري، التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016،ص 227.

[2]- ضيافي نوال، مرجع سابق، ص 11.

[3]- غردي محمد، دور مبادئ وأسس الحكومة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 09، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2013، ص 63-64.

أموالا طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.

ج- الكوارث والفضائح الأخلاقية: حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالا طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعابة وغير الصالحة.

د- التطورات التكنولوجية المتسارعة: والتي صاحبتها تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغييرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارات متخذي القرار، خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري بدرجة أكبر من رأس المال المادي.[1]

- بالإضافة إلى ما سبق هناك محددات أخرى منها: حماية سمعة المؤسسة، تزايد عدد المنظمات غير الحكومية التي تراقب أداء المؤسسة ومدى مساهمتها في تنمية المجتمعات المحيطة بها، الحوافز الحكومية خاصة في مجال تخفيض الضرائب والإشهار بالمؤسسة المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على جودة المنتوج بل أصبحت مرتبطة بالجانب الاجتماعي و البيئي.[1]

المطلب الثالث: مفاهيم مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية

لقد تعدت المنظمات فكرة تعظيم الأرباح إلى أهمية معالجة آثار أنشطتها على المجتمع و البيئة التي تنشط فيها انطلاقا من البعد الأخلاقي و الحوكمة و التنمية المستدامة. متحملة مسؤوليتها الإجتماعية التي تصب في تعظيم الآثار الإيجابية و تخفيض الآثار السلبية

الفرع الاول: مفهوم أخلاقيات الأعمال

تشير الأخلاقيات بشكل عام إلى القيم والمبادئ التي يتحلى بها الأفراد لغرض التمييز بين ما هو جيد وما هو سيء، في التصرفات والأفعال التي يقومون بها، ولقد أعطى عدة تعاريف لمصطلح أخلاق الأعمال ولم يحدد لها تعريف معين، فهناك من عرفها بأنها

[1]- غردي محمد، مرجع سابق، ص 63-64.

المبادئ والمعايير، التي تعتبر أساس للسلوك المستحب، من أفراد العمل ويتعهد أفراده بالالتزام بها.

وهناك تعريف آخر يشير إلى أخلاقيات الأعمال ما هي إلا الدراسة والتحليل المنهجي للعمليات التي يتم من خلالها تطوير القرار الإداري، بحيث يصبح هذا القرار خيارا أخلاقيا آخذا في الاعتبار ما هو صحيح وجيد للفرد وللمجموعات وللمنظمة.

ومن بين التعاريف كذلك أنها: مجموعة القيم والأعراف والتقاليد التي يتفق ويتعارف عليها أفراد مهنة ما حول ما هو حق وعدل في نظرهم وما يعتبرونه أساسا لتعاملهم وتنظيم أمورهم وسلوكهم في إطار المهنة ويعبر المجتمع عن استيائه واستنكاره لأي خروج عن هذه الأخلاق بأشكال مختلفة تتراوح بين عدم الرقي وبين المقاطعة والعقوبات المادية.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج:

- أخلاقيات الأعمال هي مجموعة القواعد والسلوكيات التي يتعارف عليها أفراد حول ما هو صحيح وجيد في مواقف الأعمال المختلفة.

- تظهر أخلاقيات الأعمال في سلوك الأفراد والمديرون عند اتخاذ قراراتهم أو ممارسة تصرفاتهم التنظيمية.

- من الضروري أن يلتزم الأفراد بالمعايير الأخلاقية في العمل لما له من مردود إيجابي على المنظمة.[1]

وبشكل عام فإن منظمة الأعمال إذا ما أرادت أن تكون منظمات أخلاقية ومسؤولية اجتماعية فإن ثلاثة ركاز أساسية لابد من أن يجري بناؤها وتقويتها وهي الأفراد والقيادة وبنية المنظمة وأنظمتها كما في الشكل التالي:[2]

---

[1]- غربي يسين سي لاخضر، قرينعي ربحية، مدى التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دراسة ميدانية، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة-الواقع والرهانات، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2016، ص 6.

[2]- صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006، ص 90-91.

الشكل رقم 01: ركائز المنظمة الأخلاقية

المصدر: صالح مهدي، محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006، ص 90-91.

الفرع الثاني: مفهوم الحوكمة

تعد الحوكمة من المفاهيم الحديثة التي يتم تداولها في الوقت الحالي، وهذا لأهميتها في تطوير البيئات التنظيمية للمؤسسات من خلال علاقتها بآليات الإصلاح الإداري وإجراءاته التي تعد إحدى العناصر المهمة في نظام الحوكمة، التي يسمح من خلالها ممارسة الرقابة وتحمل المسؤولية وواجبات الالتزام والإفصاح وخدمة الشفافية، مما يساهم في ضبط العمل وتوجيه العمليات نحو النجاح والتطوير المستمر، وعلى هذا الأساس يمكن تعريف الحوكمة كمايلي:[1]

– مجموعة من القوانين والنظم والقرارات التي تهدف إلى تحقيق الجودة والتميز في الأداء عن طريق اختيار الأساليب المناسبة والفعالة لتحقيق خطط وأهداف المنظمات.

– وهناك من يعرفها بأنها النظام الذي يتم من خلاله توجيه أعمال المنظمة ومراقبتها على أعلى مستوى من أجل تحقيق أهدافها والوفاء بالمعايير اللازمة للمسؤولية والنزاهة والشفافية.

وتكمن أهمية الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية من خلال تطبيق مبادئ الحوكمة في المجال الاجتماعي، مما يترتب عليه زيادة في كفاءة استخدام المنظمات لمواردها في المجال الاجتماعي وتعظيم قيمتها وتدعيم قدرتها التنافسية، ويساعدها على التوسع والنمو والاستدامة، ويمكن إظهار ذلك فيما يلي:

– وضع قواعد السلوك المهني للعمل بها بما يتلاءم مع المعايير التي ينبغي أن تنتهجها المنظمة في تحقيق أهدافها.

– اختيار أعضاء مجلس الإدارة والعمال وفق مبدأ الرجل المناسب في المكان المناسب.

– وضع أنظمة الرقابة الداخلية والخارجية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات والإشراف عليها مع مراجعة سنوية لها.

– تحسين إدارة المنظمة ومساعدة المديرين ومجلس الإدارة على تطوير استراتيجية سليمة للمؤسسة في تحديد العلاوات والمكافآت على أساس الأداء، مما يساعد على تحسين

[1]– غردي محمد، مرجع سابق، ص 70–74.

كفاءة إدارة المؤسسة، وتقوية ثقة الجمهور فيها، ويسمح بتحسين عوائد الدولة، وهذا بدوره سيؤدي إلى المزيد من فرص العمل، والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

– تفريز المساواة بين جميع أفراد المجتمع وخصوصا بين الجنسين من جهة وبين الفئات الاجتماعية من جهة أخرى، وإلى الارتقاء بالشؤون الصحية والتعليمية والرعاية وتنوع الخدمات وغيرها، ومساعدة الفئات المهمشة المشاركة في شؤون الحياة العامة والمحافظة على حقوق الإنسان واحترام الآخرين.[1]

الفرع الثالث:التنمية المستدامة

تناولت العديد من الأبحاث والدراسات الأكاديمية علاقة المسؤولية الاجتماعية بالتنمية المستدامة، وأثارت من خلالها رؤية مفادها اتجاه المفهومان لحقيقة واحدة هي التفكير في حماية المجتمع والبيئة والإنسان، وحث المنظمات على تحمل مسؤوليتها ونتاج أعمالها والمشاركة في تنمية اجتماعية بيئية تضمن حقوق الأجيال القادمة.

فالتنمية المستدامة تعرف بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها...، حيث يجري استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات وتكييف التنمية التقنية والتطوير المؤسسي، بتناسق يعزز الإمكانات الحاضرة والمستقبلية في تلبية احتياجات البشر وتطلعاتهم.

وتتألف في مضمونها من العنصر الاقتصادي الذي يهتم بالاستغلال الأمثل للموارد دون إجحاف في حق الأجيال القادمة، العنصر الاجتماعي الذي يتناول العلاقة بين الطبيعة ورفاه الإنسان واحترام حقوقه، إضافة إلى العنصر البيئي الذي يصب في المحافظة على الموارد المادية والبيولوجية.

ولقد كان لمفهوم التنمية المستدامة محطات بارزة في النشأة العالمية خطتها تواريخ هامة لمؤتمرات وندوات ساهمت في توضيح هذا المفهوم وإثرائه من قبل باحثين وأكاديميين وممثلي المجتمع المدني ومختلف الحكومات والدول، فمن المناداة "بالكف عن النمو" في سنة 1971 وضرورة تغيير طريقة التفكير الإنمائي إلى مؤتمر استكهولم سنة 1972 وأهمية تكريس الاعتبارات البيئية في برامج التنمية، إلى ميلاد مفهوم التنمية المستدامة بشعار "مستقبلنا المشترك" في تقرير أفريل 1987 والمطالبة بتحقيق التوازن بين البيئة والتنمية.

[1]– غردي محمد، مرجع سابق، ص 70–74.

ولقد تناولت جل المؤتمرات والندوات في مضمون تقاريرها علاقة البيئة بالتنمية، من خلال الارتقاء بالنواحي الاجتماعية والثقافية والاقتصادية تحقيقا لرفاهية الإنسان دون المساس بالبيئة والموارد وحرمان الأجيال القادمة من حقوقها، مطالبة في إطار تفعيل الأبعاد الثلاث للتنمية المستدامة بضرورة تحمل الأعمال للمسؤولية اتجاه الأجيال القادمة، والمسؤولية الاجتماعية في حد ذاتها تنطلق بأبعادها كذلك الاقتصادية والقانونية والأخلاقية في تحقيق نفس الهدف فالحقيقة واحدة بالنسبة للمفهومين.[1]

المطلب الرابع: أهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية

الفرع الاول :أهمية المسؤولية الاجتماعية

للمسؤولية الاجتماعية أهمية عديدة ومنها:

– تعزز المسؤولية الاجتماعية مفهوم التكفل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع وتدعم شعور الانتماء من قبل بعض شرائحه من أصحاب الاحتياجات الخاصة.

– المساهمة بالاستقرار السياسي، والشعور بالعدالة الاجتماعية، وزيادة وعي الشعوب بممارسة الرقابة المجتمعية.[2]

– المسؤولية الاجتماعية ترفع بالتأكيد من الميزة التنافسية لأي منظمة لأنها تضمن استمرارية ثقافة الإبداع والتعلم والابتكار وتساهم في المحافظة على الموظفين المؤهلين.

– وقد أظهرت دراسة أجرتها (Giving Guide lines, 2011 corporate) أن 76% من المستهلكين يفضلون التعامل مع المنظمات التي تطبق برنامج المسؤولية الاجتماعية أكثر من تعاملهم مع المنظمات صاحبة العلامات التجارية الشهيرة، كما أظهرت ذات الدراسة أن الموظفين في المنظمات التي تطبق برامج في المسؤولية المجتمعية لديهم ولاء لمنظماتهم بنسبة تصل إلى 87% أكثر من الموظفين في المنظمات الأخرى، وأن 83%من الموظفين الجدد يرغبون في العمل لدى تلك المنظمات.[3]

---

[1]– زهية عباز، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية في المؤسسة، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية تخصص إدارة الأعمال، جامعة باتنة–1– الحاج لخضر، الجزائر، 2018–2019، ص 61–62.

[2]– وفاء بنت ناصر المبيريك، بن عبد الله الشميمري، ريادة الأعمال، دار العبيكان للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2019، ص 34.

[3]– صالح الحموري، رولا المعايطة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 31–32.

– عوائد الدول تكون أفضل بسبب وعي الشركات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية ورفع الدولة بمستحقاتها من الضرائب والرسوم.

– تؤثر نشاطات المنظمات والمؤسسات المختلفة في إطار تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية إيجابيا على سمعة المنظمة وخاصة في ظل الأزمات التي قد تتعرض لها المنظمة.

– تمثل المسؤولية الاجتماعية للمنظمة بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة في علاقتها مع مجتمعاتها لمواجهة كافة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها.[1]

– المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي والعلاقة الايجابية للمنظمة.[2]

الفرع الثاني : أهداف المسؤولية الاجتماعية

وهناك أهداف تشترك كل المنظمات في العمل على تحقيقها أثناء تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية:[3]

- تحقيق الربح المادي للمنظمة.
- تقديم منتجات وخدمات جيدة بأسعار معقولة تتناسب مع المستوى الاقتصادي للمستهلكين.
- الاستجابة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة تجاه المجتمع وجماهيره.
- تحسين الصورة الذهنية للمنظمة.
- تقديم صورة مقبولة للمنظمة وعلامتها التجارية.

ويمكن إضافة أهداف أخرى منها:

- زيادة الوعي بأهمية التفاعل مع باقي الشركاء وأصحاب المصالح.
- تحسين نوعية الخدمات والمنتجات المقدمة للمجتمع.[4]

---

[1]– مجموعة من الباحثين، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسة والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019، ص 35.

[2]– نسيمة براول، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تحليل استراتيجي، جامعة يحى فارس، المدية، 2020–2021، ص 15.

[3]– مجموعة من المؤلفين، مرجع سابق، ص 36.

[4]– زهية عباز، مرجع سابق، ص 109.

المبحث الثاني: أساسيات المسؤولية الإجتماعية و اهم اتجاهاتها و نشاطاتها

لتحقيق المسؤولية الاجتماعية للمنظمة التي تعود بالنفع عليها و على المجتمع و البيئة التي تنشط فيها يجب على المنظمة تبني مبادئ و العمل على ترسيخها في ممارستها، لذلك جاء هذا المبحث لتحديد مبادئ المسؤولية الاجتماعية، و عناصرها ثم التطرق إلى أهم اتجاهاتها و أخيرا مجالاتها

المطلب الأول: مبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية

الفرع الاول: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تستند المسؤولية الاجتماعية على مجموعة من المبادئ الأساسية والتي تتمثل فيمايلي:[1]

1-مبدأ الإذعان القانوني-احترام سيادة القانون: أن تلتزم المنظمة بجميع القوانين، واللوائح السارية المحلية، والدولية المكتوبة، والمعلنة، والمنفذة طبقا لإجراءات راسخة ومحددة والإلمام بها.

ويتعين على المنظمة تفعيلا لهذا المبدأ، الالتزام بمايلي:

- التأكد من أن علاقاتها وأنشطتها تقع ضمن الإطار القانوني المقصود والصحيح.
- أن تبقى على دراية بكافة الالتزامات القانونية.

2-مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المنظمة الاتفاقيات الدولية، والحكومية، واللوائح التنفيذية، والإعلانات والمواثيق، والقرارات، والخطوط الإرشادية، عند قيامها بتطوير سياساتها وممارستها للمسؤولية المجتمعية.

ويتعين على المنظمة تفعيلا لهذا المبدأ الالتزام بمايلي:

- احترام المعايير الدولية للسلوك في المواقف التي لا توفر الحد الأدنى من حماية المجتمع أو البيئة.
- الابتعاد عن التورط غير القانوني في أنشطة منظمات أخرى غير متوافقة مع معايير السلوك والأعراف الدولية.

[1]- صالح الحموري، رولا المعايطة، مرجع سابق، ص 72، 73.

3-مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: (أصحاب المصلحة)

أن تقر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعا بالمصالح للأطراف المعينة، وتنوعا في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية، وغيرها من العناصر، التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

ويتعين على المنظمة تفعيلا لهذا المبدأ، الالتزام بمايلي:

- أن تقوم المنظمة بتحديد الأطراف المعنية أصحاب المصلحة.
- أن تكون على دراية بمصالح واهتمامات أطرافها المعنية وأن تحترم هذه المصالح وأن تتجاوب مع اهتماماتهم المعلنة.
- أن تدرك أنه يمكن لبعض الأطراف المعينة أن تؤثر بشكل كبير على أنشطة المنظمة.

4-مبدأ السلوك الأخلاقي: ويقصد من هذا المبدأ أن تتصرف المنشأة بشكل أخلاقي في جميع الأوقات، ويبنى سلوكها على أخلاقيات الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية، وينبغي على المنشأة أن تعمل بشكل فعال على تعزيز السلوك الأخلاقي بواسطة وضع وتحديد قيمها ومبادئها الجوهرية، ووضع هياكل حوكمية تساعد على تعزيز السلوك الأخلاقي داخل المنشأة وفي تفاعلاتها مع الآخرين، وتحديد وتطبيق معايير السلوك الأخلاقية التي تتلائم مع غرضها وأنشطتها.[1]

5-مبدأ القابلية: أن تكشف المنظمة، وبشكل منتظم، للجهات المتحكمة والسلطات القانونية، والأطراف المعنية، بطريقة واضحة وحيادية وأمينة وإلى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات -ومن ضمنها الفحص والتدقيق الملائمين والأخذ في الإجراءات التصحيحية- التي تتحمل مسؤوليتها، بشكل مباشر وأيضا الآثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة.

ويتعين على المؤسسة تفعيلا لهذا المبدأ، الالتزام بمايلي:[2]

---

[1]- قدري ابراهيم، أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2015/2014، ص46.

[2]- صالح الحموري، رولا المعايطة، مرجع سابق، ص 74.

- النتائج المحصلة من قراراتها ومدى تأثير أنشطتها على المجتمع والبيئة المقصودة والغير مقصودة.
- الإجراءات التي اتخذت لمنع تكرار هذه الآثار السلبية.

6-مبدأ الشفافية: تعني الشفافية كبمدأ الوسائل التي يمكن من خلالها التعرف على الآثار الخارجية لأعمال المنظمة من خلال تقاريرها، وأن الحقائق المتعلقة بهذه الآثار ظاهرة في هذه التقارير ومتاحة لكافة مستخدمي المعلومات، تعتبر الشفافية مهمة جدا للأطراف الخارجية المستخدمة للمعلومات لأنها تفتقر للتفاصيل والمعرفة والخلفية المتوفرة لدى الأطراف الموجودة داخل المنظمة.[1]

7-مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أن تنفذ المنظمة السياسات والممارسات، التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان حيث يتعين على المنظمة تفعيلا لهذا المبدأ، الالتزام بمايلي:[2]

- احترام وتعزيز الحقوق الموضوعة في الميثاق الدولي لحقوق الإنسان.
- القبول بأن الحقوق تعد عالمية وعامة وتعد جزءا لا يتجزأ من الحقوق المطبقة في كافة الدول والثقافات والمواقف.

الفرع الثاني :أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتمثل المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في مجموعة الأنشطة أو الالتزامات الطوعية أو غير الطوعية التي تضطلع بها المنظمة وتفي ببعض الاحتياجات، والتي قد تعود إلى المنظمة بفائدة اقتصادية مباشرة سواءا أكان هذا الاضطلاع بهذه الأنشطة اختيارا أم تنفيذ لأحكام القوانين والأنظمة وقد حددت أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وهي:[3]

1_البعد الاقتصادي: ويقتضي استخدام الموارد بشكل رشيد لتنتج منظمات الأعمال سلعا وخدمات بجودة عالية، كما يقتضي هذا البعد المنافسة العادلة عن طريق احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين، إضافة إلى منع الاحتكار والأضرار بالمستهلكين،

[1]- قدري ابراهيم، مرجع سابق، ص 45.

[2]- صالح الحموري، رولا المعايطة، مرجع سابق، ص 75-76.

[3]-محمد فلاق، مرجع سابق، ص 53-54.

كما يعتمد هذا البعد على الاستفادة من التقدم التكنولوجي واستخدامه في معالجة الأضرار التي تلحق بالبيئة.

2_البعد القانوني: يقتضي هذا البعد الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات المنظمة لمختلف المجالات في المجتمع، كاحترام قوانين حماية المستهلك من الموارد الضارة، وحماية الأطفال صحيا وثقافيا، وحماية البيئة عن طريق منع التلوث بشتى أنواعه وصيانة الموارد الطبيعية وتنميتها، والتخلص من مخلفات المنتجات بعد استهلاكها، كما يقتضي البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية تحقيق العدالة والسلامة سوءا عن طريق التقليل من إصابات العمل أو تحسين ظروف العمل ومنع عمل المسنين وصغار السن، وإعطاء فرص العمل لذوي الاحتياجات الخاصة، إضافة إلى احترام حقوق الإنسان ومنع التمييز على أساس الجنس أو الدين.

3_البعد الأخلاقي: تتمثل المسؤولية الأخلاقية في ضرورة التزام المنظمات عند قيامها بوظائفها ومهامها باتباع الأسس والقواعد التي تتفق مع منظومة القيم والضوابط، العادات والتقاليد واحترام الثقافات الأساسية والفرعية دون إلحاق أي ضرر بالمجتمع ومكوناته.[1]

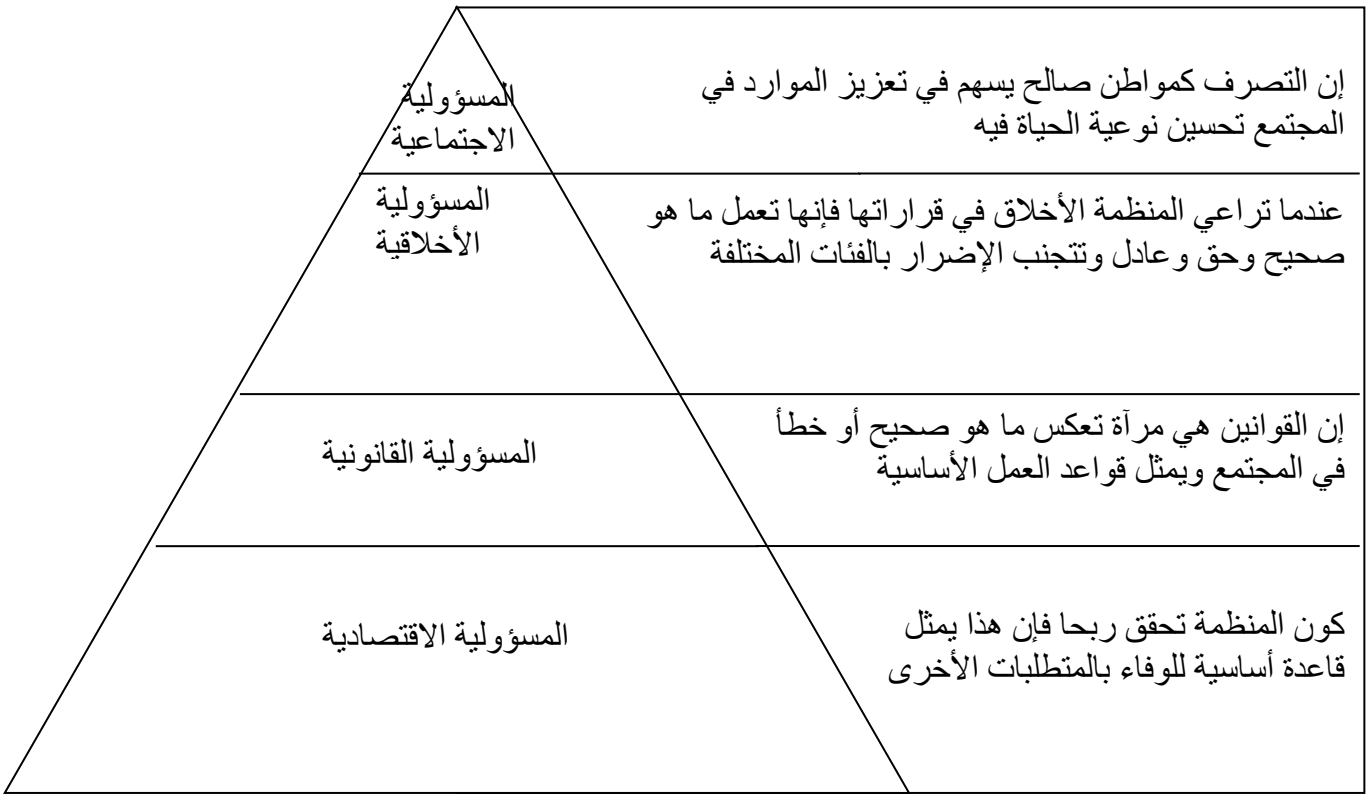
4_البعد الطوعي لفصل الخير: هو الخطوة الأخيرة في الهرم، وتضم السلوكيات والنشاطات الإضافية التي يراها المجتمع مرغوبة والتي تضيف قيمة لدعم الأعمال كما هو الحال في دعم المشاريع الاجتماعية والاسهامات الخيرية للمنظمات (Bateman &Snell, 2002)، وبذلك يتضح أن هذه المسؤوليات تتمثل في إسهامات إنسانية للمنظمة غير ملزمة، وقد تكون غير متوقعة من قبل المجتمع، لكنها تمتاز بترحيب من قبل المجتمع لأنها ذات علاقة بمشاريع تحمل الخير للمجتمع، كما هو الحال في علاج الفقر في الدول النامية وبناء المساكن للمشردين، ودور المسنين، ومع وضع المجتمع الصناعي الياباني، قامت المنظمات بتبني برامج اجتماعية توسعية، وتعد شركة (Honshayakult) اليابانية خير مثال على المنظمات التي تتبنى هذا التوجه، إذ يعمل فيها (56000) عاملة تطلق عليهن تسمية (سيدات Yakult) ويقمن بتسليم الحليب إلى الأبواب في أرجاء اليابان، وفي الوقت نفسه

[1]–سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية، المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، جامعة تبسة، الجزائر، 2016، ص 304.

فإنهن يتفقدن الأفراد المسنين الذين يعيشون لوحدهم لمراعاة متطلباتهم (Steiner & Steiner, 2000) يتضح أن هذا المنظور يمثل سعي المنظمات لتكون بمثابة مواطن صالح، حيث تكون المسؤولية الاجتماعية أبعد مما هي عليه في المنظورات الثلاثة السابقة في الهرم لأنها تظهر التزاما تجاه الرفاه الاجتماعي على أساس طوعي.[1]

يمكن تلخيص الأبعاد السابقة وفق Carroll في هرم سمي باسمه وهذا يما يوضحه الشكل التالي:[2]

الشكل رقم(02) : هرم carroll للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: وفاء بنت ناصر المبيريكك، أحمد بن عبد الرحمان الشميمري، ريادة الأعمال، دار العبيكان للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، الرياض، 2019، ص 36.

(1)–وليد محمد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، دار اليازوري العليمة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2022، ص 183–184.

(2)–وفاء بن ناصر المبيريكك، أحمد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص 36.

كما يمكن تقديم بيان موجز لهذه المسؤوليات في الجدول الآتي:[1]

جدول رقم (01): جدول ملخص لمنظومات المسؤولية الاجتماعية

المنظور	الوصف
المسؤولية الاقتصادية	إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بغية تمكن المنظمة من تلبية متطلبات الدائنين وحملة الأسهم أصحاب المصالح
المسؤولية القانونية	القوانين التي يتوقع أن تحظى بالتزام الإدارة
المسؤولية الأخلاقية	الالتزام بالمعتقدات السائدة في المجتمع بشأن السلوك
المسؤولية الطوعية لفعل الخير	الالتزامات طوعية بشكل كلي تلتزم بها المنظمة كالإسهامات الخيرية وتدريب العاملين عن العمل، ومراكز الرعاية

المصدر: وليد محمد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2022، ص 185.

المطلب الثاني: عناصر المسؤولية الاجتماعية

تتكون المسؤولية الاجتماعية من ثلاثة عناصر يكمل كل منهما الآخر ويدعمه ويقويه وتتمثل فيمايلي:[2]

1-الاهتمام: وهو يتضمن الارتباط العاطفي بالجماعة، وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها والاهتمام له مستويات أربعة هي:

أ_الانفعال مع الجماعة: بصورة آلية، حيث يساير الفرد حالتها الإنفعالية بصورة لا إرادية، ودون اختيار أو قصد أو إدراك ذاتي.

ب_الانفعال بالجماعة: ويكون بصورة إرادية، حيث يدرك الفرد ذاته أثناء انفعاله بالجماعة.

[1]-وليد محمد الأميري، مرجع سابق، ص 185.

[2]-منى بن سعد بن فالح العمري، الأسلوب المعرفي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى عينة من طالبات كلية التربية للبنات بمحافظة جدة، رسالة ماجستير في علم النفس تخصص علم نفس تربوي، جامعة أم القرى بمكة المكرمة، السعودية، 2007، ص 55-56.

ج_التوحد مع الجماعة: وهو شعور الفرد بالوحدة المصيرية معها، فخيرها خيره وضررها ضرره.

د_تعقل الجماعة: حيث تملأ الجماعة عقل الفرد وفكره وكيانه، وتصبح موضوع نظره وتأمله، ويوليها قدرا كبيرا من الاهتمام المتفكر، حيث يدرسها ويحللها ويقارنها بغيرها.

2-الفهم: مسؤولية الفهم تتضمن فهم الفرد للجماعة، وللمغزى الاجتماعية لسلوكه، وينقسم الفهم إلى قسمين:

أ_فهم الفرد للجماعة: ماضيها وحاضرها، ومعاييرها، والأدوار المختلفة فيها وعاداتها واتجاهاتها، وقيمها ومدى تماسكها، وتعاملها، وتصور مستقبلها.

ب_فهم الفرد للأهمية الاجتماعية لسلوكه: بمعنى فهم مغزى وآثار سلوكه الشخصي والاجتماعي على الجماعة.

3- المشاركة: ويقصد بها مشاركة الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الاهتمام وما يتطلبه الفهم، من أعمال تساعد الجماعة في تحقيق أهدافها، حين يكون مؤهلا لذلك.

أي أنها تقوم على الاهتمام والفهم، وهي أيضا تتم من خلال ما تقتضيه رعاية الجماعة وهدايتها واتقان أمورها، والمشاركة تظهر قدرة الفرد وتبرز مكانته، والمشاركة لها ثلاثة جوانب هي:

أ_التقبل: أي تقبل الفرد الدور أو الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها، والملائمة له في إطار فهم كامل، بحيث يؤدي هذه الأدوار في ضوء المعايير المحددة لها.

ب_التنفيذ: أي المشاركة المنفذة الفعالة الإيجابية، والعمل مع الجماعة مسايرا ومنجزا في اهتمام وحرص ما تجمع عليه من سلوك، في حدود إمكانيات الفرد وقدراته.

ج_التقييم: أي المشاركة التقييمية النافذة المصححة والموجهة[1] في نفس الوقت.

ويؤكد سيد عثمان على الترابط والتكامل بين عناصر المسؤولية الاجتماعية الثلاثة[2]: الاهتمام، الفهم، والمشاركة، لأن كلا منها ينمي الآخر ويدعمه، فالاهتمام يحرك الفرد إلى فهم الجماعة، وكلما زاد فهمه زاد اهتمامه، كما أن الاهتمام والفهم ضروريان للمشاركة،

---

[1]-منى بن سعد بن فالح العمري، مرجع سابق، ص 57.

[2]-ميسون محمد عبد القادر مشرف، التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير في الإرشاد النفسين، قسم علم النفس بكلية التربية، جامعة غزة، 2009، ص 114.

والمشاركة نفسها تزيد من الاهتمام وتعمق من الفهم، ولا يمكن أن تتحقق المسؤولية الاجتماعية عند الفرد إلا بتوفر عناصرها الثلاثة.

المطلب الثالث: اتجاهات المسؤولية الاجتماعية

ترتكز على ثلاث اتجاهات أساسية وهي:

1_مساهمة المجتمع التطوعية:[1] يحظى هذا الاتجاه بنوع من الاهتمام المتزايد خاصة في البلدان التي بدأت تهتم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية حديثا ويظهر هذا الاهتمام على شكل هبات خيرية ومساعدات على المدى الطويل في مجالات حساسة كقطاع الصحة والتعليم ومختلف البرامج التطوعية والخيرية.

2_العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة:[2] غالبا ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وتستطيع أي منظمة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها من خلال تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية، ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة وتقليل المخلفات ذات التأثير السلبي على البيئة.

3_حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي:[3] على الصعيد الداخلي تصنع قيادات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الرؤية وتهيئ المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسؤول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ، أما عنه الصعيد الخارجي فإن الكثير من رؤساء الإدارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع ويؤيدون المبادرات وغيرها من المبادرات.

المطلب الرابع: مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

على المنظمة أن تركز نشاطاتها المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية في إطار أربعة مجالات وفق مايلي:

---

[1]–بلقايد محمد جواد، مرجع سابق، ص 27.

[2]–بن مسعود نصر الدين، كنوش محمد، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، 15–14 فيفري 2012، ص 5.

[3]–بن مسعود نصر الدين، مرجع سابق، ص 5.

1-الأنشطة الاجتماعية للمؤسسة تجاه العاملين بها:[1] تمثل العمالة مجالا داخليا من مجالات المسؤولية الاجتماعية على المنظمات العمل على توفير الخدمات اللازمة لتحسين حياة العاملين بها وتنمية قدراتهم البدنية والعقلية والحفاظ على سلامتهم وصحتهم من خلال:[2]

- القيام بتدريب العمال داخليا أو خارجيا حسب احتياجات المنظمة، مع الاتفاق على بعض العمال الراغبين في إكمال دراستهم العليا، وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية.
- المساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين بنسبة معينة من رواتبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب بعد الخروج إلى التقاعد.
- وضع نظام للرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات ولدى الأطباء، ودفع نفقات الأدوية الطبية للعاملين وعائلاتهم.
- وضع نظام للحوافز والمكافآت تحفز العمال على بذل المزيد من الجهد.
- إقامة سكنات للعاملين أو على الأقل مساعدتهم ماديا في الحصوص على سكن مناسب.
- توفير وسائل تنقل العمال من مناطق سكنهم إلى مكان العمل والعكس.
- توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث بالمنظمة.
- توزيع حصة من الأرباح الموزعة سنويا على العمال.

2-الأنشطة الخاصة تجاه العملاء والمستهلكين: تتضمن أنشطة هذا المجال تطوير وتحسين منتجات وخدمات المنظمة وتحديد الاحتياجات التي تتلائم مع القدرة الاستهلاكية للعملاء وأعلامهم بخصائص السلعة أو الخدمة وطريقة استخدامها ومدة صلاحيتها، بهدف تحقيق رغبات العملاء والمستهلكين، ويمكن حصر أهم الأنشطة التي تقوم بها المنظمة في هذا المجال فيمايلي:

- الإعلان والترويج الصادق عن منتجات وخدمات المنظمة.
- الشفافية والنزاهة والصدق وعدم الخداع والغش في التعامل مع العملاء.

[1]-غردي محمد، مرجع سابق، ص 65-66.

[2]-غردي محمد، مرجع سابق، ص 65-66.

- القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات العملاء والمستهلكين.
- تصميم المنتجات بشكل يؤدي إلى تقليل احتمال التعرض لأي إصابة عند الاستخدام.
- توفير البيانات والايضاحات اللازمة عن المنتجات مثل تاريخ الانتاج وفترة الصلاحية والمكونات والمنشأ وغيرها.
- القيام ببرامج إعلامية تعرف المستهلكين بخصائص المنتوج وطرق ومجالات استخدامه.
- توفير مراكز خدمة الصيانة وإصلاح المنتوج.
- توفير خدمة ما بعد البيع والالتزام بتاريخ الضمان، والرد على الشكاوي المقدمة من العملاء والاستجابة المناسبة لها.

3- أنشطة تتعلق بالمجتمع:[1]

- القيام ببعض الأعمال الخيرية ذات النفع العام.
- التبرع لبعض المشروعات الخيرية ذات النفع العام.
- تقديم بعض المشروعات والخدمات الاجتماعية لمساعدة المجتمع.
- تنظيم إفطار جماعي مجاني للفقراء والمساكين في شهر رمضان.
- توزيع بعض الهدايا على مرضى المستشفيات.
- تقديم بعض الهدايا للطلاب المتفوقين في المدراس.
- المساهمة في برامج تنمية المجتمع المحلي.
- احترام ثقافة وديانة المجتمع والمحافظة على القيم والتقاليد والأعراف الإيجابية في المجتمع.
- تدريب تلاميذ وطلاب المنظمات التعليمية.
- تشغيل الشباب في فترة الصيف.
- توفير فرص عمل لأفراد المجتمع.
- تدريب المعاقين والالتزام بنسبة تشغيلهم (5%).

[1]-مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2015، ص 70-71.

4-الأنشطة الاجتماعية للمؤسسة للحفاظ على البيئة: إن ما يشهده العالم من تقدم وتطور تكنولوجي في مختلف القطاعات لا يجب أن ينسينا واقع بيئتنا فاستغلال الموارد الطبيعية أصبح يرتفع كثيرا وكذلك زيادة المخلفات الصناعية والأسمدة الكيمياوية، وما لها من آثار سلبية على بيئتنا مما يتطلب أن تلعب منظمات الأعمال دورا بارزا من خلال تحملها المسؤولية الاجتماعية وتحسين آدائها البيئي واستخدام تقنيات وأساليب حديثة للحد من التلوث.[1]

ويمكن إضافة أنشطة أخرى منها:[2]

- ربط الأداء البيئي برسالة المنظمة.
- تقليل المخاطر البيئية.
- وجود مدونات أخلاقية خاصة بالبيئة.
- إشراك ممثلي البيئة في مجلس الإدارة.
- مكافآت وحوافز للعاملين المتميزين بالأنشطة البيئية.
- جهود تقليل استهلاك الطاقة وسياسات واضحة بشأن استخدام المواد.
- ترشيد استخدام المياه.
- معالجة المخلفات.
- حماية التنوع البيئي.

[1]-بلقايد محمد، مرجع سابق، ص 26.

[2]-صالح مهدي، محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، مرجع سابق، ص 99.

خلاصة الفصل:

إن المسؤولية الإجتماعية لها أهمية كبيرة على جميع الأصعدة والمجالات،و تحظى باهتمام من قبل منظمات الأعمال. حيث يصعب على إدارة أي منظمة أن تتجاهلها لكونها مبادرات ومساهمات أخلاقية من قبل المنظمة و أصحاب المصلحة اتجاه المجتمع المتواجدة به وتهدف هذه المبادرات إلى القضاء على المسافات بين الأطراف وخلق علاقات قوية بينهما.

وقد وجد أن مفهوم المسؤولية الإجتماعية تطور عبر مراحل مختلفة وانتقل من كونه فكرة ولدت في أمريكا وأصبحت فلسفة في أدبيات إدارة الأعمال، كما أننا قد تطرقنا إلى الأبعاد التي أشار إليها CARROLL والمتمثلة في: البعد الإقتصادي، الأخلاقي، القانوني و البعد الخيري، وتبين أن هناك عدة مفاهيم ارتبطت بمفهوم المسؤولية الإجتماعية ألا وهي حوكمة الشركات، أخلاقيات الأعمال، التنمية المستدامة والتي تم توضيح مفهوم كل منها. ولهذا يمكننا القول أن المسؤولية الإجتماعية جاءت كوسيلة إنقاذ المنظمات من الإنتقادات الموجهة إليها وكذلك للقضاء على الأزمات المالية والإقتصادية التي حصلت نتيجة غياب وعي المنظمات ودرايتها بمسؤوليتها اتجاه المجتمع والبيئة.

الفصـــــل الثاني

دراسة ميدانية على مؤسسة الاتصالات الجزائر-المسيلة

تمهيد:

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر في ولاية المسيلة.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية.

المبحث الثالث: التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات.

خلاصة الفصل

تمهيد:

لقد تطرقنا في الدراسة النظرية لأهم النقاط حول موضوع "واقع تطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات"، ولتسليط الضوء أكثر على الموضوع قمنا بإسقاط الدراسة النظرية من خلال الجانب الميداني على مؤسسة **إتصالات الجزائر بولاية المسيلة** حيث نسعى إلى معرفة مدى تبني المؤسسة محل الدراسة للمسؤولية الإجتماعية من خلال إجراء عملية إستقصاء على عينة الموظفين بمؤسسة اتصالات الجزائر مستخدمين في ذلك أداة الإستبيان وعليه كخطوة أولى في هذا الفصل سنقوم بالتعريف بالمؤسسة محل الدراسة تليها خطوة إعداد الإستبيان وتوزيعه تليها خطوة جمع البيانات وفحصها وتحليلها وفي الأخير إختبار فرضيات الدراسة وعليه فإنه سيتم في هذا الفصل التطرق إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر في ولاية المسيلة.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية.

المبحث الثالث: التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر في ولاية المسيلة

المطلب الأول: تعريف عام بالمؤسسة نشأتها وتعريفها

أنشئت المديرية الولائية للاتصالات بالمسيلة العام 2003م أي بعد تقسيم قطاع البريد والمواصلات إلى مؤسستين بريد الجزائر واتصالات الجزائر كشركة عمومية ذات أسهم وقد كانت تسمى في بداية 2003م بالوحدة العملية للاتصالات إلى غاية جوان 2010م أي تم تغيير الاسم من وحدة عملية إلى المديرية العملية، وهي تابعة إلى المديرية الإقليمية للاتصالات بولاية سطيف والتي بدورها تتبع إلى المديرية العامة في العاصمة الجزائر.

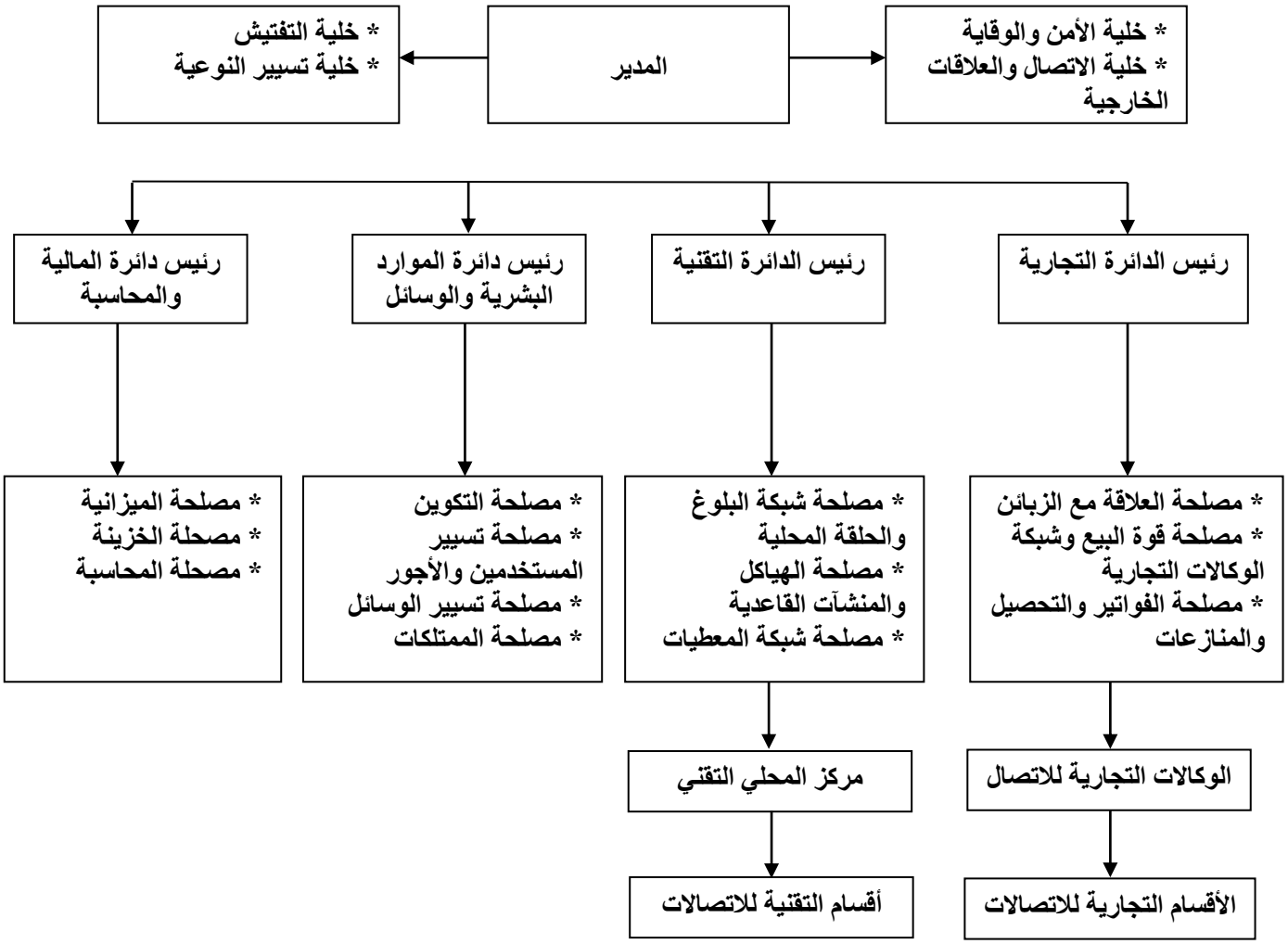
المهام الرئيسية :

يمكن حصر مهام المديرية العامة للاتصالات الجزائر بالمسيلة في النقاط التالية:

- رفع مستوى تحصيل الاستحقاقات الهاتفية إلى نسبة تفوق 80%.
- تركيب وتوسيع الشبكة الهاتفية في الولاية وزيادة عدد المشتركين في الهاتف الثابت بنوعيه الخطي واللاسلكي.
- زيادة عدد المشتركين في الانترنت عالي التدفق ADSL.
- إصلاح التعطيلات التي تمس خطوط المشتركين فضلا على المتابعة اليومية لشبكة الألياف البصرية الممتدة عبر الولاية.
- تزويد المؤسسات العمومية والشركات بالخدمات المختلفة للاتصالات كإنشاء شبكات محلية (انترنت) وتزويدها بالتجهيزات التي تستخدم في نقل المعطيات (استقبال وإرسال) مثل الخطوط الخاصة Liaison spécialisé.
- تزويد المديرية الإقليمية والجهوية بالإحصائيات الأسبوعية والشهرية والسنوية بالمعطيات والمعلومات التي تتعلق بالمشاريع المستقبلية.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي والمصالح المختلفة

الشكل رقم (03) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر في ولاية المسيلة



المصدر : وثائق المؤسسة

المطلب الثالث: منتوجاتها وخدماتها

إن من أهم المنتوجات التي تقدمها المديرية العملية للاتصالات بالمسيلة هي الهاتف الثابت، خدمة الانترنت ذو التدفق العالي ADSL، خدمة الخطوط الخاصة وخدمة البطاقات المسبقة الدفع، زيادة عن المزايا المجانية التي يستفيد منها كل زبون أو مشترك مثل ميزة النداء الثاني، المحاورة الثلاثية، تحويل النداء، الفاتورة المفصلة...إلخ.

المطلب الرابع : أهدافها ونشاطاتها

سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث اهداف اساسية تقوم عليها الشركة و هي المردودية،الجودة،و الفعالية و نوعية الخدمات،و قد سمحت هذه الاهداف الثلاثة التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

و تتمحور نشاطات المجمع حول:

- تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت و الرسائل المكتوبة و المعطيات الرقمية
- تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة
- إنشاء و إستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الانترنت

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

بعد تحديد المنهج العلمي المتبع في هذه الدراسة، نقوم بتبيان الأدوات الأساسية المستخدمة في جمع البيانات وأساليب التحليل المستعملة في الدراسة الميدانية إضافة الى مجال الدراسة واختيار عينة الدراسة، ثم القيام بعرض وتحليل وتفسير البيانات المعالجة لاستخلاص النتائج واختبار الفروض.

المطلب الأول: أدوات وإجراءات الدراسة الميدانية

1). المنهج: قبل تحديد منهجية الدراسة فقد تم الاستعانة بمختلف الدراسات السابقة التي تقاطعت مع الموضوع في أحد أو كلا متغيراته.

ولمعالجة الموضوع المدروس فقد تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي لأنه المنهج الذي يتلاءم وطبيعة الموضوع المعالج ميدانيا والذي يقوم على البيانات والمعلومات في الدراسات الوصفية، عن طريق جمع مختلف البيانات ذات العلاقة بالموضوع وتحليلها لاستخلاص النتائج التي تساعد في عملية اتخاذ القرار حول قبول أو عدم قبول الفرضيات.

2). مصادر جمع البيانات: يشكل الاستبيان أداة رئيسية في جمع البيانات المعد على ضوء الدراسات السابقة والجانب النظري بوصفه تتلاءم مع البحوث التي تستخدم المنهج الوصفي والتحليلي، حيث من خلالها يتم جمع البيانات حول آراء وتوجهات مفردات أفراد العينة وتصنيفها وتبويبها ومعالجتها.

3). مجتمع وعينة الدراسة: تم اختيار عينة عشوائية من هذا المجتمع تتكون من (40) مفردة وزع عليها الاستبيان استرجع منه (32) استبيانا بنسبة استرجاع بلغت(80%)، أما عدد الاستمارات الصالحة للدراسة فقد بلغت (26) استمارة.

4). الأدوات الإحصائية المستخدمة: يتم استخدام العديد من الأساليب والأدوات الإحصائية لاختبار الأداة (الاستبيان) بالإضافة إلى الأساليب والأدوات المستخدمة في اختبار الفرضيات، باستخدام برنامج التحليل الإحصائي(SPSS)النسخة رقم (26)، والتي تضمنت ما يلي:

- **اختبارات الصدق والثبات:** للتأكد من صلاحية أداة الاستبيان للتحليل الإحصائي.
- **اختبار التوزيع الطبيعي:** لتحديد طبيعة البيانات.
- **الاختبارات الوصفية:** كالتكرارات، المتوسطات والانحراف المعياري للوقوف على التوجه العام لإجابات وآراء أفراد العينة.
- **اختبار ستيودنت (t-test):** للتأكد من قبول أو عدم قبول الفرضيات محل الدراسة.

المطلب الثاني: تصميم واختبار صلاحية أداة الدراسة

أولا: تصميم أداة الدراسة

1. تم تصميم أداة الدراسة بالاعتماد على استبيانات لدراسات سابقة، وقد تم تكييفه بما يناسب هذا الدراسة بالاعتماد على السلم الترتيبي الذي يحدد الإجابات المحتملة لكل عبارة بالاستخدام مقياس ليكرت (likert) الخماسي، حيث يقابل كل عبارة مجموعة أو قائمة تحمل الاختيارات والمتناسبة مع الاوزان (1-2-3-4-5) على التوالي، كما هو موضح في الجدل التالي:

الجدول رقم (02): درجات مقياس الدراسة

التقدير	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	01	02	03	04	05
مدى الاجابة	1.79-1	2.59-1.80	3.39-2.60	4.19-3.40	5-4.20

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على سلم ليكرت الخماسي.

2. تم توزيع عبارات الاستبيان الى قسمين وفق ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): أبعاد محاور الدراسة

المحور	البعد	البعد	الفقرات
الأول	–	البيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة)	
الثاني	**I**	**الملاك والمساهمون**	من 01 إلى 05
	II	**العاملون**	من 06 إلى 12
	III	**الزبائن**	من 13 إلى 19
	IV	**الحوكمة والمجتمع**	من 20 إلى 32
	V	**المنافسون**	من 33 إلى 39

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على أداة الدراسة.

يتضح من خلال الجدول أنه ولدراسة واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المنظمة، فقد توزعت أسئلة وفقرات الأداة إلى:

أ. **المحور الأول (محور البيانات الشخصية):** تتضمن الخصائص الوصفية ذات الطابع الشخصي للعينة محل الدراسة متضمنة: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة.

ب. المحور الثاني: ويتكون من الأبعاد التالية:

- الملاك والمساهمون؛
- العاملون؛
- الزبائن؛
- الحوكمة والمجتمع؛
- المنافسون.

ثانيا: مرتكزات توزيع الاستبيان على عينة الدراسة

من أجل ضمان الحصول على إجابات دقيقة،تم إتباع مجموعة من الخطوات عند إعداد وتوزيع الاستبيان وهي:

1. بداية عبارة عن فقرة تمهيدية توضح موضوع الدراسة والهدف منها.
2. تشير إلى أن المعلومات المراد جمعها لا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة، وهذا بهدف طمأنة المستجوبين.
3. توضيح أبعاد الدراسة لأفراد العينة.
4. استخدام العبارات البسيطة بهدف ضمان فهمها،ومن ثم ضمان قدرتهم على الإجابة عليها.

ثالثا: صلاحية الأداة واختبار الطبيعية

ويتم ذلك من خلال:

1). الصدق الظاهري (تحكيم الاستبيان): حيث يتم اختبار صدق الاستبيان بطريقة عرض فقراته على مجموعة من الأساتذة المحكمين للتأكد من ملائمته للدراسة.

2). اختبار الثبات:ويعني استقرار المقياس وعدم تناقضه ولإجراء اختبار الثبات لفقرات الاستبيان فقد تم استخدام معامل ألفا كرومباخ (Cronbach's Alpha)، لكل محور وفق ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (04): قيمة معامل الثبات ألفا كرومباخ (Cronbach's Alpha)لمحاور الاستبيان

المحور	البعد	قيمةCronbach's Alpha
I	**الملاك والمساهمون**	0.846
II	**العاملون**	0.887
III	**الزبائن**	0.880
IV	**الحوكمة والمجتمع**	0.935
V	**المنافسون**	0.942
أبعاد المسؤولية الاجتماعية		0.933

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة معامل الثبات ألفا كرومباخ (Cronbach'sAlpha) بلغ(0.846) بالنسبة لبعد الملاك والمساهمون، أما بالنسبة لبعد العامل ونفقد بلغ(0.887)، في مقابل(0.880) لبعد الزبائن و(0.935) لبعد الحوكمة والمجتمع، و(0.942) لبعد المنافسون، باجمالي ثبات لكل الأبعاد عند(0.933)، وهي قيم تفوق القيمة المعيارية القيمة المعيارية (0.6) وعليه فان الاستبيان يمتاز بخاصية الثبات.

3). الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان: يوضح الاتساق الداخلي مدى ارتباط كل فقرة من فقرات الاستبيان مع البعد الذي تنتمي له، وفيما يلي عرض لمستويات الاتساق المحسوبة لكل بعد:

أ). محور الملاك والمساهمون

سمحت عمليات حساب معاملات الارتباط بيرسون(Pearson) لكل فقرة من فقرات البعد الأول ومتوسط الدرجة الكلية للبعد بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (05): الاتساق الداخلي لبعد الملاك والمساهمون

N°	الفقرة	قيمة الارتباط	الدلالة الاحصائية
01	تسعى المنظمة الى تحقيق اقصى قدر من الارباح	0.867	0.000
02	تعمل المنظمة على ابراز سمعتها والصورة الجيدة في مجال عملها	0.851	0.000
03	تسعى المنظمة للاستثمار دائما عن المجالات التي تجلب لها عوائد مهمة	0.907	0.000
04	تعمل المنظمة دائما على تدعيم مركزها التنافسي	0.678	0.000
05	تعمل المنظمة على المحافظة دائما على رؤوس اموالها المستثمرة	0.581	0.001

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة الارتباط (معامل بيرسون) بين فقرات البعد الأول ودرجته الكلية قد تراوحت بين نسبة (58.1%) ونسبة (90.7%) مع ميول أغلب النسب إلى الاتجاه الطردي القوي بدلالة إحصائية أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي بهامش خطأ (5%) لكل فقرات المحور، وعليه فان فقرات البعد الأول تتميز بوجود اتساق داخلي بين الفقرات المشَكِلة للبعد والدرجة الكلية له.

ب). محور العاملون

سمحت عمليات حساب معاملات الارتباط بيرسون(Pearson) لكل فقرة من فقرات البعد الثاني ومتوسط الدرجة الكلية للبعد بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (06): الاتساق الداخلي لبعد العاملون

N°	الفقرة	قيمة الارتباط	الدلالة الاحصائية
01	تعمل المنظمة على تقديم أجور عادلة لكل العاملين	0.741	0.000
02	توفر المنظمة فرصا كافية للترقية يستفيد منها كل العاملين	0.853	0.000
03	تسعى المنظمة دئما الى تحقيق حياة اجتماعية افضل لكل العاملين	0.904	0.000
04	تهتم المنظمة بتوفير الرعاية الصحية لكل العاملين	0.885	0.000
05	توفر المنظمة جميع الظروف المريحة لاداء العمال لمهامهم	0.863	0.000
06	نهتم المنظمة بتدريب وتكوين جميع العاملين	0.545	0.002
07	تصرح المنظمة بجميع عمالها لدى مصالح الضمان الاجتماعي	0.582	0.001

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة الارتباط (معامل بيرسون) بين فقرات البعد الثاني ودرجته الكلية قد تراوحت بين نسبة (45.5%) ونسبة (90.4%) مع توزع أغلب النسب إلى الاتجاه الطردي متوسط القوي بدلالة إحصائية أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي بهامش خطأ (5%) لكل فقرات المحور، وعليه فان فقرات البعد الثاني تتميز بوجود اتساق داخلي بين الفقرات المشَكِلة للبعد والدرجة الكلية له.

ج). محور الزبائن

سمحت عمليات حساب معاملات الارتباط بيرسون (Pearson) لكل فقرة من فقرات البعد الثالث ومتوسط الدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه بالوصول إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (07): الاتساق الداخلي لبعد الزبائن

N°	الفقرة	قيمة الارتباط	الدلالة الاحصائية
01	تهتم المنظمة بتقديم منتجات عالية الجودة ووفق ما يطلبه الزبون	0.784	0.000
02	تقدم المنظمة المعلومات في الوقت المناسب لزبائنها حول كل ما هو جديد	0.655	0.000
03	السياسة السعرية المتبعة من طرف المنظمة تراعي مستوى دخل المستهلكين	0.753	0.000
04	تلتزم المنظمة بالصدق التام أثناء الاشهار لمنتجاتها	0.877	0.000
05	تلتزم المنظمة بكتابة كل المعلومات الضرورية على غلاف المنتوج	0.862	0.000
06	تستمع المنظمة لشكاوى الزبائن وتستجيب لها	0.810	0.000
07	تلتزم المنظمة بدفع تعويضات عن أي ضرر يلحق بالزبائن	0.645	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة الارتباط (معامل بيرسون) بين فقرات البعد الزبائن والأبعاد التي تنتمي إليها قد تراوحت بين نسبة (64.5%) ونسبة (87.7%) مع ميول أغلب النسب إلى الاتجاه الطردي القوي بدلالة إحصائية أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي بهامش خطأ (5%)، وعليه فان فقرات البعد الثالث تتميز بوجود اتساق داخلي بين الفقرات المشَكِلة للبعد والدرجة الكلية له.

د). محور الحوكمة والمجتمع

سمحت عمليات حساب معاملات الارتباط بيرسون(Pearson) لكل فقرة من فقرات البعد الثالث ومتوسط الدرجة الكلية للبعد بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (08): الاتساق الداخلي لبعد الحوكمة والمجتمع

N°	الفقرة	قيمة الارتباط	الدلالة الاحصائية

01	تلتزم المنظمة بكل اللوائح والتشريعات الصادرة عن الحكومة	0.772	0.000
02	تلتزم المنظمة بتسديد كل ما عليها من مستحقات اتجاه الحكومة	0.875	0.000
03	تلتزم المنظمة بالتصريح الحقيقي عن حساباتها	0.739	0.000
04	تلتزم المنظمة بتسديد الضرائب وعدم التهرب الضريبي	0.694	0.000
05	تكافح المنظمة كل أنواع الفساد الاداري	0.798	0.000
06	تلتزم المنظمة برمي النفايات في أماكنها المخصصة	0.863	0.000
07	تسعى المنظمة إل الحفاظ على البيئة من التلوث	0.865	0.000
08	تسعى المنظمة الى انتاج منتجات صديقة للبيئة	0.655	0.000
09	تساهم المنظمة بشتى الطرق للتخفيف من حدة البطالة	0.830	0.000
10	تساهم المنظمة في محاربة ظاهرة تشغيل الاطفال	0.659	0.000
11	تساهم المنظمة في الحملات التطوعية والخيرية	0787	0.000
12	تساهم المنظمة في حملات محاربة المخدرات	0.533	0.002
13	تخصص المنظمة مبالغ مالية لدعم النوادي الثقافية والرياضية	0.810	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة الارتباط (معامل بيرسون) بين فقرات البعد الرابع ودرجته الكلية قد تراوحت بين نسبة (53.3%) ونسبة (87.5%) مع توزع النسب إلى الاتجاه الطردي متوسط القوة والقوي (علاقة موجبة بدرجة المتوسط ودرجة القوي) بدلالة إحصائية أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي بهامش خطأ (5%) لكل فقرات البعد، وعليه فان فقرات البعد الرابع تتميز بوجود اتساق داخلي بين الفقرات المشَكِلة للبعد والدرجة الكلية له.

هـ). محور المنافسون

سمحت عمليات حساب معاملات الارتباط بيرسون(Pearson) لكل فقرة من فقرات البعد الخامس ومتوسط الدرجة الكلية للبعد بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (09): الاتساق الداخلي لبعد المنافسون

N°	الفقرة	قيمة الارتباط	الدلالة الاحصائية

01	الاستراتيجية التنافسية المتبعة من طرف المنظمة تتميز بالنزاهة	0.882	0.000
02	تلتزم المنظمة بكل مواثيق العمل	0.744	0.000
03	تلتزم المنظمة بكل ما يتعلق بأخلاقيات الأعمال	0.878	0.000
04	لا تلجأ المنظمة الى طرق غير اخلاقية لجذب عمال المنظمات المنافسة	0.899	0.000
05	تلتزم المنظمة بعدم تقليد منتجات المنافسين	0.835	0.000
06	تلتزم المنظمة بعدم التورط في أي صفقات مشبوهة	0.890	0.000
07	لا تلجأ المنظمة الى الطرق غير القانونية للحصول على الصفقات	0.903	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة الارتباط (معامل بيرسون) بين فقرات البعد الخامس ودرجته الكلية قد تراوحت بين نسبة (74.4%) ونسبة (90.3%) مع توزع أغلب النسب إلى الاتجاه الطردي القوي بدلالة إحصائية أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي بهامش خطأ (5%) لكل فقرات البعد، وعليه فان فقرات المحور الثاني تتميز بوجود اتساق داخلي بين الفقرات المشَكِلة للبعد والدرجة الكلية له.

4). اختبار طبيعية البيانات:لاختبار طبيعية البيانات يتم الاعتماد على اختبار شابيرو-ويلك(Shapiro-Wilk)الذي يستخدم للعينات ذات المفردات الأقل من (50) مفردة، حيث ان قاعدة اتخاذ القرار هنا تكون عكس باقي الاختبارات الإحصائية، أي البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ما عدا في حالة ان الدلالة الإحصائية لاختبار شابيرو-ويلك(Shapiro-Wilk)أكبر من القيمة المعيارية(0.05) وليس أقل، والجدول التالي وضح نتائج اختبار الطبيعية لبيانات الدراسة:

الجدول رقم (10): اختبار طبيعية البيانات

N°	المحور/البعد	قيمةشابيرو-ويلك(Shapiro-Wilk)	الدلالة	طبيعة التوزيع
01	الملاك والمساهمون	0.943	0.107	طبيعي
02	العاملون	0.939	0.085	طبيعي
03	الزبائن	0.953	0.209	طبيعي
04	الحكومة والمجتمع	0.957	0.246	طبيعي
05	المنافسون	0.931	0.053	طبيعي
	أبعاد المسؤولية الاجتماعية ككل	0.956	0.248	طبيعي

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

بلغت قيمة الدلالة الاحصائية لاختبار شابيرو-ويلك(Shapiro-Wilk)مستوى يزيد عن القيمة المعيارية (0.05) بالنسبة لجميع أبعاد متغير المسؤولية الاجتماعية،أي ان بياناتها تتبع التوزيع الطبيعي مما

يمكن من استخدام الاختبارات المعلمية للتأكد من قبول او عدم قبول الفرضية المرتبطة بهذا المتغير والتي سيتم الاعتماد فيها على اختبار ستودنت (t-test).

المبحث الثالث: التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

من خلال هذا المبحث يتم التطرق إلى عرض وتحليل الخصائص الوصفية للعينة محل الدراسة، بالإضافة الى تحليل محاور الاستبيان بالاستناد إلى الإجابات المتحصل عليها من خلال الاستبيان، ومن ثم القيام بالاختبارات اللازمة لاتخاذ القرار حول قبول أو عدم قبول الفرضيات.

المطلب الأول: عرض وتحليل أبعاد محاور الاستبيان

أولا: عرض وتحليل قسم البيانات الشخصية

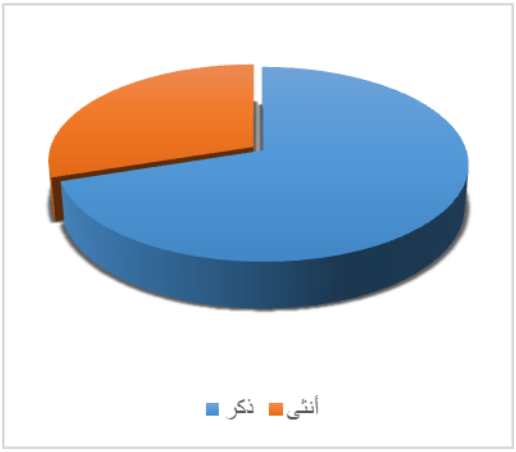
لتحليل البيانات الشخصية للعينة يتم الاستعانة بعرض النسب المئوية والتكرارات، وهذا وفقا للمتغيرات الموضوعة في هذا المحور.

1). توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس: لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير الجنس نستعرض كلا من الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (11): توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة (%)
ذكر	21	70
أنثى	9	30
المجموع	**30**	**100**

الشكل رقم (04): شكل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس



المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26) وبرنامج(Exel 2016).

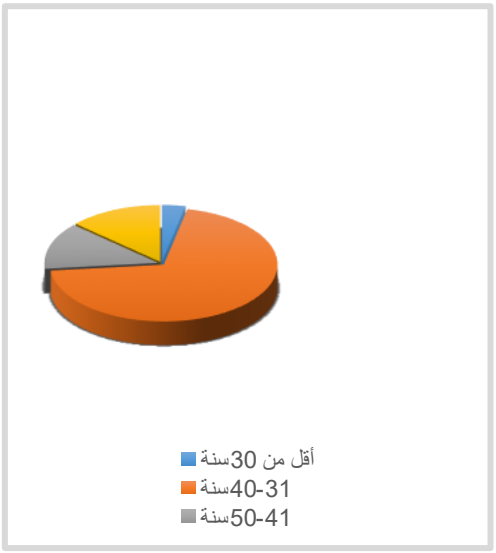
يشكل الذكور أغلبية مفردات العينة محل الدراسة بنسبة (70%)، في مقابل(30%) فقط لفئة الإناث.

2). توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر: لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير العمر نستعرض كلا من الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (12): توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة (%)
أقل من 30سنة	1	3.4
31-40سنة	21	70
41-50سنة	4	13.3
أكثر من50سنة	4	13.3
المجموع	**30**	**100**

الشكل رقم (05): شكل توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر



المصدر:بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26) وبرنامج(Exel 2016).

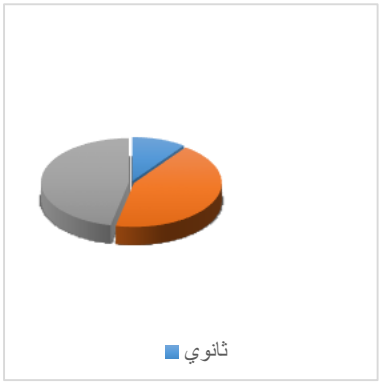
يلاحظ أن أغلبية مفردات العينة محل الدراسة ينتمون إلى الفئة العمرية (31-40) سنة بنسبة (70%)،في مقابل (13.3%) لكل من الفئتين (41-50) سنة، (أكثر من 50سنة)، والنسبة المتبقية (3.4%) للفئة الأقل من (05 سنوات)، أي أن معظم المفردات يميلون إلى فئة عمرية متوسطة العمر.

3). توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي: لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي نستعرض كلا من الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (13): توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى لتعليمي	التكرار	النسبة (%)
ثانوي	3	20
جامعي	13	43.3
دراسات عليا	14	46.7
المجموع	**30**	**100**

الشكل رقم (06): شكل توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26) وبرنامج(Exel 2016).

تشكل مفردات العينة محل الدراسة ذوي مستوى الدراسات العليا معظم مفردات العينة بنسبة (46.7%)، ثم حاملي الشهادات الجامعية (ليسانس/ماستر) بنسبة(43.3%)، وأخيرا مستوىالثانوي بنسبة

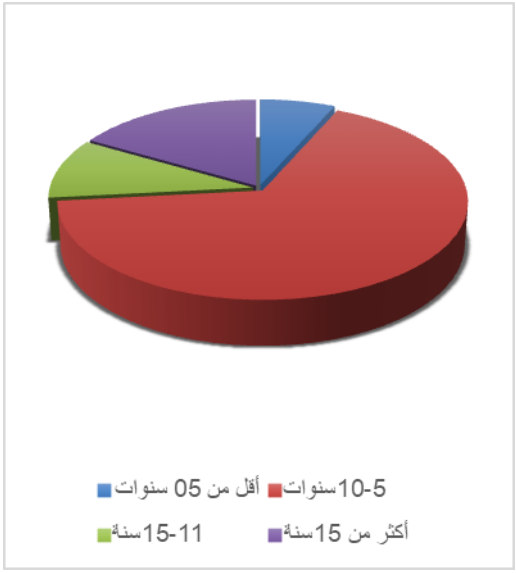
(20%) على التوالي، حيث يلاحظ أن كلما زاد المستوى العلمي قل معها عدد المفردات وهذا راجع بالأساس أن طبيعة المناصب المشغولة من طرف مفردات العينة تتطلب شهادات عليا.

4). توزيع مفردات العينة حسب متغير الخبرة: لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير الخبرة نستعرض كلا من الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (14): توزيع مفردات العينة حسب متغير الخبرة

الخبرة	التكرار	النسبة (%)
أقل من 05 سنوات	2	6.7
5-10سنوات	20	66.7
11-15سنة	3	10
أكثر من 15سنة	5	16.6
المجموع	**30**	**100**

الشكل رقم (07): شكل توزيع مفردات العينة حسب متغير الخبرة



المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26) وبرنامج(Exel 2016).

يُلاحظ أن أفراد عينة البحث تتوزع حسب متغير الخبرة إلى ما نسبته(66.7%)للفئة التي تتراوح مدة خبرتها ما بين خمس إلى عشر سنوات، ثم باقي الفئات بنسب أقل، وهو التحليل الذي يتطابق مع تحليل توزيع العينة حسب العمر ذلك ان أغلب العاملين بالهيئات محل الدراسة ينتمون إلى فئة متوسطة العمر.

ثانيا: تحليل بيانات القسم الثاني من الاستبيان

أ). تحليل بعدالملاك والمساهمون

سمحت عمليات حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات البعد الأول بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (15): تحليل معطيات فقرات البعد الأول

N°	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه المتوسط

01	تسعى المنظمة الى تحقيق اقصى قدر من الارباح	4,27	0,91	موافق تماما
02	تعمل المنظمة على ابراز سمعتها والصورة الجيدة في مجال عملها	4,47	0,86	موافق تماما
03	تسعى المنظمة للاستثمار دائما عن المجالات التي تجلب لها عوائد مهمة	4,17	0,95	موافق
04	تعمل المنظمة دائما على تدعيم مركزها التنافسي	4,30	0,70	موافق تماما
05	تعمل المنظمة على المحافظة دائما على رؤوس اموالها المستثمرة	4,47	0,57	موافق تماما

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تراوحت المتوسطات الحسابية بالنسبة لبعدالملاك والمساهمونبين قيمتين قصوى ودنيا بلغتا على التوالي(4.17-4.47) عند درجة الموافق تماما بالنسبة لفقرات البعد عدا الفقرة الثالثة عند درجة الموافق وبانحرافات معيارية تتراوح بين (0.57-0.95) أي البيانات غير متشتتة والإجابات تتسم بخاصية التجانس، وسيتم تحديد التوجه العام لهذا البعد ومدى معنويته من خلال الفرضية الأولى.

ب). تحليل بعدالعاملون

سمحت عمليات حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات البعد الثاني بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (16): تحليل معطيات فقرات البعد الثاني

N°	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه المتوسط
01	تعمل المنظمة على تقديم أجور عادلة لكل العاملين	3,83	1,05	موافق
02	توفر المنظمة فرصا كافية للترقية يستفيد منها كل العاملين	3,33	1,18	محايد
03	تسعى المنظمة دائما الى تحقيق حياة اجتماعية افضل لكل العاملين	3,27	1,01	محايد
04	تهتم المنظمة بتوفير الرعاية الصحية لكل العاملين	3,40	0,97	موافق
05	توفر المنظمة جميع الظروف المريحة لاداء العمال لمهامهم	3,23	1,07	محايد
06	نهتم المنظمة بتدريب وتكوين جميع العاملين	3,80	0,92	موافق
07	تصرح المنظمة بجميع عمالها لدى مصالح الضمان الاجتماعي	4,43	0,57	موافق تماما

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تراوحت المتوسطات الحسابية بالنسبة لبعدالعاملونبين قيمتين قصوى ودنيا بلغتا على التوالي(3.27-4.43) عند درجة المحايد (03 فقرات) والموافق (فقرتين) والموافق تماما (فقرة واحدة)

وبانحرافات معيارية تتراوح بين (0.57-1.07) أي البيانات غير متشتتة والإجابات تتسم بخاصية التجانس، وسيتم تحديد التوجه العام لهذا البعد ومدى معنويته من خلال الفرضية الثانية.

ج). تحليل بعدالزبائن

سمحت عمليات حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات البعد الثالث بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (17): تحليل معطيات فقرات البعد الثالث

N°	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه المتوسط
01	تهتم المنظمة بتقديم منتجات عالية الجودة ووفق ما يطلبه الزبون	4,03	0,89	موافق
02	تقدم المنظمة المعلومات في الوقت المناسب لزبائنها حول كل ما هو جديد	4,10	0,88	موافق
03	السياسة السعرية المتبعة من طرف المنظمة تراعي مستوى دخل المستهلكين	3,80	0,96	موافق
04	تلتزم المنظمة بالصدق التام أثناء الاشهار لمنتجاتها	3,83	1,05	موافق
05	تلتزم المنظمة بكتابة كل المعلومات الضرورية على غلاف المنتوج	4,00	1,05	موافق
06	تستمع المنظمة لشكاوى الزبائن وتستجيب لها	3,87	1,07	موافق
07	تلتزم المنظمة بدفع تعويضات عن أي ضرر يلحق بالزبائن	3,50	0,97	موافق

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تراوحت المتوسطات الحسابية بالنسبة لبعدالزبائنبين قيمتين قصوى ودنيا بلغتا على التوالي(3.50-4.10) عند درجة الموافق بالنسبة لكل الفقرات وبانحرافات معيارية تتراوح بين (0.88-1.07) أي البيانات غير متشتتة والإجابات تتسم بخاصية التجانس، وسيتم تحديد التوجه العام لهذا البعد ومدى معنويته من خلال الفرضية الثالثة.

د). تحليل بعدالزبائن

سمحت عمليات حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات البعد الرابع بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (18): تحليل معطيات فقرات البعد الرابع

N°	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه المتوسط

01	تلتزم المنظمة بكل اللوائح والتشريعات الصادرة عن الحكومة	4,03	0,93	موافق
02	تلتزم المنظمة بتسديد كل ما عليها من مستحقات اتجاه الحكومة	3,97	1,00	موافق
03	تلتزم المنظمة بالتصريح الحقيقي عن حساباتها	4,17	0,83	موافق
04	تلتزم المنظمة بتسديد الضرائب وعدم التهرب الضريبي	4,23	0,94	موافق تماما
05	تكافح المنظمة كل أنواع الفساد الاداري	4,17	1,02	موافق
06	تلتزم المنظمة برمي النفايات في أماكنها المخصصة	4,07	0,83	موافق
07	تسعى المنظمة إل الحفاظ على البيئة من التلوث	4,00	0,83	موافق
08	تسعى المنظمة الى انتاج منتجات صديقة للبيئة	4,03	0,76	موافق
09	تساهم المنظمة بشتى الطرق للتخفيف من حدة البطالة	3,60	1,00	موافق
10	تساهم المنظمة في محاربة ظاهرة تشغيل الاطفال	3,87	0,90	موافق
11	تساهم المنظمة في الحملات التطوعية والخيرية	3,67	0,96	موافق
12	تساهم المنظمة في حملات محاربة المخدرات	3,50	1,25	موافق
13	تخصص المنظمة مبالغ مالية لدعم النوادي الثقافية والرياضية	3,30	1,24	محايد

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تراوحت المتوسطات الحسابية بالنسبة لبعدالحكومة والمجتمعبين قيمتين قصوى ودنيا بلغتا على التوالي(3.30-4.23) عند درجة المحايد (فقرة واحدة) الموافق (11فقرة) والموافق تماما (فقرة واحدة) بالنسبة لأغلب الفقرات وبانحرافات معيارية تتراوح بين (0.83-1.25) أي البيانات غير متشتتة (نسبيا) والإجابات تتسم بخاصية التجانس النسبي، وسيتم تحديد التوجه العام لهذا البعد ومدى معنويته من خلال الفرضية الرابعة.

هـ). تحليل بعدالمنافسون

سمحت عمليات حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات البعد الخامس بالوصول إلى النتائج الموضحة بالجدول التالي:

الجدول رقم (19): تحليل معطيات فقرات البعد الخامس

N°	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه المتوسط

01	الاستراتيجية التنافسية المتبعة من طرف المنظمة تتميز بالنزاهة	3,67	1,06	موافق
02	تلتزم المنظمة بكل مواثيق العمل	3,87	0,90	موافق
03	تلتزم المنظمة بكل ما يتعلق بأخلاقيات أعمال	3,90	0,99	موافق
04	لا تلجأ المنظمة الى طرق غير اخلاقية لجذب عمال المنظمات المنافسة	4,03	1,00	موافق
05	تلتزم المنظمة بعدم تقليد منتجات المنافسين	4,07	0,87	موافق
06	تلتزم المنظمة بعدم التورط في أي صفقات مشبوهة	4,20	0,92	موافق تماما
07	لا تلجأ المنظمة الى الطرق غير القانونية للحصول على الصفقات	4,19	0,92	موافق

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تراوحت المتوسطات الحسابية بالنسبة لبعدالمنافسونبين قيمتين قصوى ودنيا بلغتا على التوالي(4.20-2.67) عند درجة الموافق (06 فقرات) والموافق تماما (فقرة واحدة) وبانحرافات معيارية تتراوح بين (1.06-0.87) أي البيانات غير متشتتة والإجابات تتسم بخاصية التجانس، وسيتم تحديد التوجه العام لهذا البعد ومدى معنويته من خلال الفرضية الخامسة.

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج فرضيات الدراسة

يتناول هذا المطلب تحليل وتفسير نتائج اختبار فرضيات الدراسة حسب شكل بيانات كل محور، حيث وللتأكد من صحة هذه الفرضيات نقوم بإجراء اختبار ستودنت (t-test)، أو اختبار ولكوكسن (Wilcoxon) الذي يقوم على أساس بمقارنة متوسط كل محور بقيمة افتراضية (03)، وعند مستوى دلالة (0.05) وتكون قاعدة اتخاذ القرار للاختبارين بالشكل التالي:

1. قبول الفرضية الصفرية (H_0) ورفض الفرضية البديلة (H_1) إذا كانت ($\alpha>0.05$).
2. رفض الفرضية الصفرية (H_0)وقبول الفرضية البديلة (H_1) إذا كانت ($\leq 0.05\alpha$).

أولا: اختبار صحة الفرضية الأولى

للتأكد من قبول أو عدم قبول الفرضية الأولى نستخدم اختبار ستودنت (t-test)كون أن بيانات هذا البعد تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أظهر الاختبار النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (20): نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الأولى

عدد المفردات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t-test) المحسوبة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية

0.000	29	11.455	0.63	4.33	30

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يتضح من البيانات الواردة أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لبعد الملاك والمساهم ونقدر بلغ (4.33) بدرجة **موافق تماما** في حين أن الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.63) يدل على ان البيانات غير متشتتة عن متوسطها الحسابي بسبب وجود تجانس في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا البعد، أما قيمة اختبار ستودنت (t-test) المحسوبة فقد كانت عند مستوى (11.455)بدرجة حرية (29) وبمستوى معنوية (0.000) أقل من القيمة المعيارية (0.05)، وعليه يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى التي تنص على الآتي:"**توفر المنظمة محل الدراسة متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالملاك والمساهمون**".

ثانيا: اختبار صحة الفرضية الثانية

للتأكد من قبول أو عدم قبول الفرضية **الثانية** نستخدم اختبار ستودنت (t-test)كون أن بيانات هذا البعد تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أظهر الاختبار النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (21): نتائج اختبار ستودنت (t-test)للفرضية الثانية

عدد المفردات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t-test) المحسوبة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
30	3.61	0.76	4.423	29	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يتضح من البيانات الواردة أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لبعد العامل ونقدر بلغ (3.61) بدرجة **موافق** في حين أن الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.76) يدل على ان البيانات غير متشتتة عن متوسطها الحسابي بسبب وجود تجانس في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا البعد، أما قيمة اختبار ستودنت (t-test) المحسوبة فقد كانت عند مستوى (4.423) بدرجة حرية (29) وبمستوى معنوية (0.000) أقل من القيمة المعيارية (0.05)، وعليه يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وهذا ما يثبت صحة الفرضية **الثانية** التي تنص على الآتي:" **توفر المنظمة محل الدراسة متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالعمال**".

ثالثا: اختبار صحة الفرضية الثالثة

للتأكد من قبول أو عدم قبول الفرضية **الثالثة** نستخدم اختبار ستودنت (t-test)كون أن بيانات هذا البعد تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أظهر الاختبار النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (22): نتائج اختبار ستودنت (t-test)للفرضية الثالثة

عدد المفردات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t-test) المحسوبة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية

30	3.87	0.76	6.304	29	0.000

المصدر:إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يتضح من البيانات الواردة أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لبعد الزبائن قدر بلغ (3.87) بدرجة **موافق** في حين أن الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.76) يدل على ان البيانات غير متشتتة عن متوسطها الحسابي بسبب وجود تجانس في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا البعد، أما قيمة اختبار ستودنت (t-test) المحسوبة فقد كانت عند مستوى (6.304) بدرجة حرية (29) وبمستوى معنوية (0.000) أقل من القيمة المعيارية (0.05)، وعليه يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وهذا ما يثبت صحة الفرضية **الثالثة** التي تنص على الآتي:"**توفر المنظمة محل الدراسة متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالزبائن**".

رابعا: اختبار صحة الفرضية الرابعة

للتأكد من قبول أو عدم قبول الفرضية **الرابعة** نستخدم اختبار ستودنت (t-test)كون أن بيانات هذا البعد تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أظهر الاختبار النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (23): نتائج اختبار ستودنت (t-test)للفرضية الرابعة

عدد المفردات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t-test) المحسوبة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
30	3.89	0.72	6.722	29	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يتضح من البيانات الواردة أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لبعد الحكومة والمجتمع قدر بلغ (3.89) بدرجة **موافق** في حين أن الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.72) يدل على ان البيانات غير متشتتة عن متوسطها الحسابي بسبب وجود تجانس في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا البعد، أما قيمة اختبار ستودنت (t-test) المحسوبة فقد كانت عند مستوى (6.722) بدرجة حرية (29) وبمستوى معنوية (0.000) أقل من القيمة المعيارية (0.05)، وعليه يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وهذا ما يثبت صحة الفرضية **الرابعة** التي تنص على الآتي:"**توفر المنظمة محل الدراسة متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالحكومة والمجتمع**".

خامسا: اختبار صحة الفرضية الخامسة

للتأكد من قبول أو عدم قبول الفرضية الخامسة نستخدم اختبار ستودنت (t-test)كون أن بيانات هذا البعد تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أظهر الاختبار النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (24): نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الخامسة

عدد المفردات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t-test) المحسوبة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
30	3.99	0.63	6.594	29	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يتضح من البيانات الواردة أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لبعد المنافس ونقدر بلغ (3.99) بدرجة **موافق** في حين أن الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.63) يدل على ان البيانات غير متشتتة عن متوسطها الحسابي بسبب وجود تجانس في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا البعد، أما قيمة اختبار ستودنت (t-test) المحسوبة فقد كانت عند مستوى (6.594) بدرجة حرية (29) وبمستوى معنوية (0.000) أقل من القيمة المعيارية (0.05)، وعليه يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وهذا ما يثبت صحة الفرضية **الخامسة** التي تنص على الآتي:**"توفر المنظمة محل الدراسة متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في بعدها المتعلق بالمنافسين"**.

سادسا: اختبار صحة الفرضية الرئيسية

للتأكد من قبول أو عدم قبول الفرضية الرئيسية نستخدم اختبار ستودنت (t-test)كون أن بيانات هذا البعد تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أظهر الاختبار النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (25): نتائج اختبار ستودنت (t-test) للفرضية الرئيسية

عدد المفردات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t-test) المحسوبة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
30	3.91	0.67	7.385	29	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يتضح من البيانات الواردة أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمحور المسؤولية الاجتماعية قدر بلغ (3.91) بدرجة **موافق** في حين أن الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.67) يدل على ان البيانات غير متشتتة عن متوسطها الحسابي بسبب وجود تجانس في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا البعد، أما قيمة اختبار ستودنت (t-test) المحسوبة فقد كانت عند مستوى (7.385) بدرجة حرية (29) وبمستوى معنوية (0.000) أقل من القيمة المعيارية (0.05)، وعليه يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية التي تنص على الآتي:**"توفر المنظمة محل الدراسة متطلبات تطبيق المسؤولية الاجتماعية بجميع الأبعاد المكونة لها"**.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تعرفنا على المنظمة محل الدراسة، واعتمدنا في هذه الدراسة على الإستمارة التي تم توزيعها على عينة الدراسة، وتضمنت الإستمارة واقع تطبيق المسؤولية الإجتماعية، وعند استرجاعها ثم تفريغها وتحليل بياناتها بالإعتماد على برنامج « SPSS »، ثم الإعتماد على الإختبارات الإحصائية اللازمة للإجابة على إشكالية الدراسة و اختبار فرضيات الدراسة، ومن خلال تحليل إجابات أفراد العينة وتفسيرها توصلنا إلى أن مؤسسة إتصالات الجزائر بالمسيلة توفر متطلبات تطبيق المسؤولية الإجتماعية بجميع الأبعاد المكونة لها.

خاتمـــــــــــة

خاتمة:

من المتعارف عليه أن المؤسسات الإقتصادية ليست بمؤسسات خيرية وأن هدفها الاول هو تحقيق أكبر عائد من الربح إلا انه في عصرنا الحالي وفي ظل التغيرات العالمية التي يشهدها عالم الأعمال اليوم، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الإقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية عبر انحاء العالم.

وكان من أبرز هاته المفاهيم مفهوم المسؤولية الإجتماعية الذي لاحظ تطورا ومر بعدة مراحل مختلفة حيث صاحب هذا التطور تعاريف مختلفة لهذا المفهوم وذلك باختلاف وجهة نظر الباحثين، وقد حضي هذا المفهوم باهتمام كبير من طرف الأكاديميين والمنظمات الدولية التي سعت إلى وضع وترسيخ مبادئها وأسسها عبر العديد من المبادرات والاتفاقيات الدولية ومدونات قواعد السلوك. وفي دراستنا هذه حاولنا تناول موضوع " واقع تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية" دراسة حالة حول مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة وللإلمام بحيثيات الموضوع تناولناه من خلال فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي، وكان ذلك إنطلاقا من فرضيات الدراسة التي كنا نسعى من خلالها اختبار مدى تطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية.

ومن خلال إسقاط الدراسة النظرية على مؤسسة إتصالات الجزائر المسيلة خلصنا إلى النتائج التالية:

1- نتائج الجانب النظري:

- هناك تعاريف عديدة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية قد تختلف في التعابير لكنها متقاربة في المضمون ومع ذلك يمكن تعريفها بأنها التزام المنظمة بأن تضع نصب عينيها خلال عملية صنع القرارات، الآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين مختلف الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات.
- هناك ارتباط كبير بين مصطلح المسؤولية الاجتماعية ومصطلحات أخرى: التنمية المستدامة، حوكمة الشركات وأخلاقيات الأعمال.
- تعزز المسؤولية الاجتماعية مفهوم التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع.
- عدم وجود وحدة متخصصة بالمسؤولية الاجتماعية في منظمة اتصالات الجزائر–المسيلة.
- إن المسؤولة الاجتماعية لا يمكن تجاهلها اليوم في ممارسات قطاع الأعمال رغم الخلافات والنقاشات التي تغيرها من حين لآخر

2- نتائج الجانب التطبيقي:

من خلال تحليل إجابات الاستبيانات واختبار فرضية الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($a < 0,05$) للاهتمام بالملاك والمساهمون في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة ويظهر ذلك من خلال سعي المنظمة إلى تحقيق أقصى قدر من الأرباح وعملها على إبراز سمعتها والصورة الجيدة في مجال عملها وسعيها للاستثمار دائما في المجالات التي تجلب لها عوائد مهمة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($a < 0,05$) للاهتمام بالزبائن ويظهره ذلك من خلال تقديم منتجات عالية الجودة ووفق ما يطلبه الزبون وتقديم المعلومات في الوقت المناسب حول كل ما هو جديد، السياسة السعرية المتبعة من طرف المنظمة تراعي مستوى دخل المستهلكين، التزام المنظمة بالصدق التام أثناء الإشهار لمنتجاتها كما أنها تلتزم بدفع تعويضات عن أي ضرر يلحق بالزبائن.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($a < 0,05$) للاهتمام بالمجتمع والحوكمة وذلك من خلال التزام المنظمة بكل اللوائح والتشريعات الصادرة عن الحكومة، الالتزام بتسديد الضرائب وعدم التهرب الضريبي، المساهمة في الحملات التطوعية والخيرية، بالإضافة إلى سعيها إلى الحفاظ على البيئة من التلوث.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عن مستوى ($a < 0,05$) للاهتمام بالمنافسون وذلك يظهر من خلال أن الاستراتيجية المتبعة من طرف المنظمة تتميز بالنزاهة ولا تلجأ إلى طرق غير أخلاقية لجذب عمال المنظمات المنافسة كما أن المنظمة لا تلجأ إلى الطرق غير القانونية للحصول على الصفقات

الاقتراحات:

وفقا للنتائج التي تم التوصل إليها نتقدم ببعض الاقتراحات:

- العمل على ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية داخل المنظمة وعدم اعتبارها نفقات إضافية فهي عبارة عن استثمار مستقبلي يعود عليها بالفائدة وكذلك الربح.
- توفير شروط العمل الصحية والسليمة لأن تحصل العمل على الرعاية الصحية سوف تزيد من مواظبته وانتماءه للمنظمة وزيادة كفاءته، فإذا كان الموظف في كامل لياقته وصحته الجسدية فسوف يقوم بعمله على أحسن وجه.
- توفير المنظمة فرصا كافية للترقية يستفيد منها كل العاملين.
- العمل على توفير المنظمة جميع الظروف المريحة لأداء العمال لمهامهم.
- التزام المنظمة بدفع تعويضات عن أي ضرر يلحق بالزبائن.

- تخصيص المنظمة مبالغ مالية لدعم النوادي الثقافية والرياضية.

آفاق الدراسة:

من خلال مسار هذه الدراسة ظهرت بعض الجوانب والإشكاليات التي تستطيع أن تكون مصدرا للبحث نظرا لأهميتها النظرية أو التطبيقية ومنها:

- دور إدارة الموارد البشرية في ترسيخ ثقافة المسؤولية الإجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية في المؤسسة.
- دور المسؤولية الإجتماعية للشركات في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة مقارنة بين شركات الإتصالات الثلاث بالجزائر).
- دور المسؤولية الإجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة

قائمـــة المراجـــع

قائمة المراجع:

أولا: الكتب باللغة العربية

1. ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن،2001

2. ثامر ياسر البكري، التسويق : أسس ومفاهيم معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان، الأردن،2016.

3. حسن عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول العربية،2002.

4. صالح الحموري، رولا المعايطة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع،2015.

5. صالح مهدي، محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006.

6. فريد فهمي زيارة، وظائف منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،عمان، الأردن،2020.

7. مجموعة من الباحثين، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسة الاقتصادية، برلين، ألمانيا،2019.

8. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. عمان، الأردن، 2019.

9. مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، مصر، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015.

10. وفاء بنت ناصر المبيريك، بن عبد الرحمان الشميمري، ريادة الأعمال، المملكة العربية السعودية، دار العبيكان للنشر والتوزيع،2019.

11. وليد محمد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، عمان، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2022.

12. ياسمين خليل، الخدمة الاجتماعية الصناعية، دار معتز للنشر والتوزيع، 2016.

ثانيا: المقالات

13. سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية، المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة (الجزائر)، العدد 27، 2016.

14. غردي محمد، دور مبادئ وأسس الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 09، جامعة سعد حلب–البليدة، 2013.

ثالثا: المداخلات في الملتقيات

15. بن مسعود نصر الدين، كنوش محمد، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، فيفري 2012

16. غربي يسين سي لاخضر، قرينعي ربحية، مدى التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دراسة ميدانية، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة–الواقع والرهانات، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر،2016 .

رابعا: الرسائل

17. زهية عباز، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية في المؤسسة، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية تخصص إدارة الأعمال، جامعة باتنة–1، الحاج لخضر، الجزائر، 2019/2018.

18. ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، رسالة ماجستير في تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009.

19. قدري ابراهيم، أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2015/2014.

20. محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2008.

21.منى بنت سعد بن فالح العمري، "الأسلوب المعرفي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية" لدى عينة من طالبات كلية التربية للبنات بمحافظة جدة، رسالة ماجستير في علم النفس تخصص (علم نفس تربوي)، جامعة أم القرى بمكة المكرمة، السعودية، 2007.

22.ميسون محمد عبد القادر مشرف، "التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية" وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير في الإرشاد النفسي–قسم علم النفس بكلية التربية، جامعة غزة، 2009.

23.نسيمة بروال، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تحليل استراتيجي، جامعة يحى فارس، المدية، الجزائر، 2021/2020.

الملاحـــــــــــــق

الملحق رقم 01 : استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استمارة استبيان

حول موضوع

واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المنظمة

تحية طيبة وبعد

في اطار اعداد دراسة حول " **واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المنظمة**ِ

، وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال،

يرجى منكم التفضل ووضع علامة (x) في الاختيار الذي يتوافق مع رأيكم في كل محاور البحث

ونشكر تعاونكم معنا مسبقا في انجاز هذا البحث، مع العلم بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

المحور الأول :المعلومات الشخصية

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-السن: أقل من 30 سنة ☐ من 31 إلى 40 سنة ☐ من 41 إلى 50سنة ☐

أكثر من 50سنة ☐

4- المستوى التعليمي: ثانوي ☐ يسانس ☐ راسات عليا ☐

☐

5- - الخبرة : اقل من5 سنوات ☐ 6-10سنوات ☐ 15سنة ☐

15 سنة فما فوق ☐

المحور الثاني : أبعاد المسؤولية الاجتماعية

الرقم	الفقرة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
الملاك والمساهمون:						
1	تسعى المنظمة الى تحقيق اقصى قدر من الارباح					
2	تعمل المنظمة على ابراز سمعتها والصورة الجيدة في مجال عملها					
3	تسعى المنظمة للاستثمار دائما عن المجالات التي تجلب لها عوائد مهمة					
4	تعمل المنظمة دائما على تدعيم مركزها التنافسي					
5	تعمل المنظمة على المحافظة دائما على رؤوس اموالها المستثمرة					
العاملون						
10	تعمل المنظمة على تقديم أجور عادلة لكل العاملين					
11	توفر المنظمة فرصا كافية للترقية يستفيد منها كل العاملين					
12	تسعى المنظمة دئما الى تحقيق حياة اجتماعية افضل لكل العاملين					
13	تهتم المنظمة بتوفير الرعاية الصحية لكل العاملين					
14	توفر المنظمة جميع الظروف المريحة لاداء العمال لمهامهم					
15	نهتم المنظمة بتدريب وتكوين جميع العاملين					

16	تصرح المنظمة بجميع عمالها لدى مصالح الضمان الاجتماعي					
الزبائن						
18	تهتم المنظمة بتقديم منتجات عالية الجودة ووفق ما يطلبه الزبون					
19	تقدم المنظمة المعلومات في الوقت المناسب لزبائنها حول كل ما هو جديد					
20	السياسة السعرية المتبعة من طرف المنظمة تراعي مستوى دخل المستهلكين					
21	تلتزم المنظمة بالصدق التام أثناء الاشهار لمنتجاتها					
22	تلتزم المنظمة بكتابة كل المعلومات الضرورية على غلاف المنتوج					
23	تستمع المنظمة لشكاوى الزبائن وتستجيب لها					
24	تلتزم المنظمة بدفع تعويضات عن أي ضرر يلحق بالزبائن					
الحكومة والمجتمع						
25	تلتزم المنظمة بكل اللوائح والتشريعات الصادرة عن الحكومة					
26	تلتزم المنظمة بتسديد كل ما عليها من مستحقات اتجاه الحكومة					
27	تلتزم المنظمة بالتصريح الحقيقي عن حساباتها					
28	تلتزم المنظمة بتسديد الضرائب وعدم التهرب الضريبي					
29	تكافح المنظمة كل أنواع الفساد الاداري					
30	تلتزم المنظمة برمي النفايات في أماكنها المخصصة					
31	تسعى المنظمة إل الحفاظ على البيئة من التلوث					
32	تسعى المنظمة الى انتاج منتجات صديقة للبيئة					
33	تساهم المنظمة بشتى الطرق للتخفيف من حدة البطالة					

34	تساهم المنظمة في محاربة ظاهرة تشغيل الاطفال					
35	تساهم المنظمة في الحملات التطوعية والخيرية					
36	تساهم المنظمة في حملات محاربة المخدرات					
37	تخصص المنظمة مبالغ مالية لدعم النوادي الثقافية والرياضية					
المنافسون						
38	الاستراتيجية التنافسية المتبعة من طرف المنظمة تتميز بالنزاهة					
39	تلتزم المنظمة بكل مواثيق العمل					
40	تلتزم المنظمة بكل ما يتعلق بأخلاقيات الأعمال					
41	لا تلجأ المنظمة الى طرق غير اخلاقية لجذب عمال المنظمات المنافسة					
42	تلتزم المنظمة بعدم تقليد منتجات المنافسين					
43	تلتزم المنظمة بعدم التورط في أي صفقات مشبوهة					
44	لا تلجأ المنظمة الى الطرق غير القانونية للحصول على الصفقات					

شكرا لكم على حسن تعاونكم

الملحق رقم 02 : مخرجات spss (نتائج تحليل الاستبيان)

أولا: معامل الثبات

المحور الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	5

الملاك والمساهمون:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

العاملون:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	7

الزبائن:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	7

الحوكمة والمجتمع:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	13

المنافسون:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	7

ثانيا: الاتساق الداخلي

Correlations

		والمساهمون_الملاك
الارباح من قدر اقصى تحقيق الى المنظمة تسعى	Pearson Correlation	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
عملها مجال في الجيدة والصورة سمعتها ابراز على المنظمة تعمل	Pearson Correlation	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
مهمة عوائد لها تجلب التي المجالات عن دائما للاستثمار المنظمة تسعى	Pearson Correlation	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
التنافسي مركزها تدعيم على دائما المنظمة تعمل	Pearson Correlation	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
المستثمرة اموالها رؤوس على دائما المحافظة على المنظمة تعمل	Pearson Correlation	.581**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30

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

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

Correlations

		العاملون
العاملين لكل عادلة أجور تقديم على المنظمة تعمل	Pearson Correlation	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
العاملين كل منها يستفيد للترقية كافية فرصا المنظمة توفر	Pearson Correlation	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
العاملين لكل افضل اجتماعية حياة تحقيق الى دئما المنظمة تسعى	Pearson Correlation	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
العاملين لكل الصحية الرعاية بتوفير المنظمة تهتم	Pearson Correlation	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
لمهامهم العمال لاداء المريحة الظروف جميع المنظمة توفر	Pearson Correlation	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
العاملين جميع وتكوين بتدريب المنظمة نهتم	Pearson Correlation	.545**

	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
الاجتماعي الضمان مصالح لدى عمالها بجميع المنظمة تصرح	Pearson Correlation	.582**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30

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

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

Correlations

		الزبائن
الزبون يطلبه ما ووفق الجودة عالية منتجات بتقديم المنظمة تهتم	Pearson Correlation	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
جديد هو ما كل حول لزبائنها المناسب الوقت في المعلومات المنظمة تقدم	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
المستهلكين دخل مستوى تراعي المنظمة طرف من المتبعة السعرية السياسة	Pearson Correlation	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
لمنتجاتها الاشهار أثناء التام بالصدق المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
المنتوج غلاف على الضرورية المعلومات كل بكتابة المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
لها وتستجيب الزبائن لشكاوى المنظمة تستمع	Pearson Correlation	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
بالزبائن يلحق ضرر أي عن تعويضات بدفع المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

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

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

		والمجتمع_الحوكمة
الحكومة عن الصادرة والتشريعات اللوائح بكل المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
الحكومة اتجاه مستحقات من عليها ما كل بتسديد المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
حساباتها عن الحقيقي بالتصريح المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
الضريبي التهرب وعدم الضرائب بتسديد المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
الاداري الفساد أنواع كل المنظمة تكافح	Pearson Correlation	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
المخصصة أماكنها في النفايات برمي المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
التلوث من البيئة على الحفاظ إل المنظمة تسعى	Pearson Correlation	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
للبيئة صديقة منتجات انتاج الى المنظمى تسعى	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
البطالة حدة من للتخفيف الطرق بشتى المنظمة تساهم	Pearson Correlation	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
الاطفال تشغيل ظاهرة محاربة في المنظمة تساهم	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
والخيرية التطوعية الحملات في المنظمة تساهم	Pearson Correlation	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
المخدرات محاربة حملات في المنظمة تساهم	Pearson Correlation	.533**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
والرياضية الثقافية النوادي لدعم مالية مبالغ المنظمة تخصص	Pearson Correlation	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

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

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

Correlations

		المنافسون
بالنزاهة تتميز المنظمة طرف من المتبعة التنافسية الاستراتيجية	Pearson Correlation	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
العمل مواثيق بكل المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
أعمال بأخلاقيات يتعلق ما بكل المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
المنافسة المنظمات عمال لجذب اخلاقية غير طرق الى المنظمة لاتلجأ	Pearson Correlation	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
المنافسين منتجات تقليد بعدم المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
مشبوهة صفقات أي في التورط بعدم المنظمة تلتزم	Pearson Correlation	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
الصفقات على للحصول القانونية غير الطرق الى المنظمة تلجأ لا	Pearson Correlation	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

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

ثالثا: طبيعية البيانات

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
الثاني_المحور	,145	30	,108	,956	30	,248
والمساهمون_الملاك	,138	30	,149	,943	30	,107
العاملون	.140	30	.137	.939	30	.085
الزبائن	.131	30	.198	.953	30	.209
والمجتمع_الحوكمة	,111	30	,200*	,956	30	,246
المنافسون	,167	30	,033	,931	30	,053

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

رابعا: تحليل المحاور

أولا: البيانات الشخصية:

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	21	70.0	70.0	70.0
	أنثى	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

السن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة 30 من أقل	1	3.3	3.3	3.3
	سنة 40 إلى 31 من	21	70.0	70.0	73.3
	سنة 50 إلى 41 من	4	13.3	13.3	86.7
	سنة 50 من أكثر	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

التعليمي_المستوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	3	10.0	10.0	10.0
	ليسانس	13	43.3	43.3	53.3
	عليا دراسات	14	46.7	46.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنوات 5 من أقل	2	6.7	6.7	6.7
	سنوات 6-10	20	66.7	66.7	73.3
	سنة 11-15	3	10.0	10.0	83.3
	فوق فما سنة 15	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

ثانيا: بيانات متغيرات الدراسة

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
الارباح من قدر اقصى تحقيق الى المنظمة تسعى	30	4.2667	.90719
عملها مجال في الجيدة والصورة سمعتها ابراز على المنظمة تعمل	30	4.4667	.86037
مهمة عوائد لها تجلب التي المجالات عن دائما للاستثمار المنظمة تسعى	30	4.1667	.94989
التنافسي مركزها تدعيم على دائما المنظمة تعمل	30	4.3000	.70221
المستثمرة اموالها رؤوس على دائما المحافظة على المنظمة تعمل	30	4.4667	.57135
العاملين لكل عادلة أجور تقديم على المنظمة تعمل	30	3.8333	1.05318
العاملين كل منها يستفيد للترقية كافية فرصا المنظمة توفر	30	3.3333	1.18419
العاملين لكل افضل اجتماعية حياة تحقيق الى دئما المنظمة تسعى	30	3.2667	1.01483
العاملين لكل الصحية الرعاية بتوفير المنظمة تهتم	30	3.4000	.96847
لمهامهم العمال لاداء المريحة الظروف جميع المنظمة توفر	30	3.2333	1.07265
العاملين جميع وتكوين بتدريب المنظمة نهتم	30	3.8000	.92476
الاجتماعي الضمان مصالح لدى عمالها بجميع المنظمة تصرح	30	4.4333	.56832
الزبون يطلبه ما ووفق الجودة عالية منتجات بتقديم المنظمة تهتم	30	4.0333	.88992
جديد هو ما كل حول لزبائنها المناسب الوقت في المعلومات المنظمة تقدم	30	4.1000	.88474
المستهلكين دخل مستوى تراعي المنظمة طرف من المتبعة السعرية السياسة	30	3.8000	.96132
لمنتجاتها الاشهار أثناء التام بالصدق المنظمة تلتزم	30	3.8333	1.05318
المنتوج غلاف على الضرورية المعلومات كل بكتابة المنظمة تلتزم	30	4.0000	1.05045
لها وتستجيب الزبائن لشكاوى المنظمة تستمع	30	3.8667	1.07425
بالزبائن يلحق ضرر أي عن تعويضات بدفع المنظمة تلتزم	30	3.5000	.97379
الحكومة عن الصادرة والتشريعات اللوائح بكل المنظمة تلتزم	30	4.0333	.92786
الحكومة اتجاه مستحقات من عليها ما كل بتسديد المنظمة تلتزم	30	3.9667	.99943
حساباتها عن الحقيقي بالتصريح المنظمة تلتزم	30	4.1667	.83391
الضريبي التهرب وعدم الضرائب بتسديد المنظمة تلتزم	30	4.2333	.93526
الاداري الفساد أنواع كل المنظمة تكافح	30	4.1667	1.01992
المخصصة أماكنها في النفايات برمي المنظمة تلتزم	30	4.0667	.82768
التلوث من البيئة على الحفاظ إل المنظمة تسعى	30	4.0000	.83045
للبيئة صديقة منتجات انتاج الى المنظمى تسعى	30	4.0333	.76489
البطالة حدة من للتخفيف الطرق بشتى المنظمة تساهم	30	3.6000	1.00344
الاطفال تشغيل ظاهرة محاربة في المنظمة تساهم	30	3.8667	.89955
والخيرية التطوعية الحملات في المنظمة تساهم	30	3.6667	.95893
المخدرات محاربة حملات في المنظمة تساهم	30	3.5000	1.25258
والرياضية الثقافية النوادي لدعم مالية مبالغ المنظمة تخصص	30	3.3000	1.23596
بالنزاهة تتميز المنظمة طرف من المتبعة التنافسية الاستراتيجية	30	3.6667	1.06134
العمل مواثيق بكل المنظمة تلتزم	30	3.8667	.89955
أعمال بأخلاقيات يتعلق ما بكل المنظمة تلتزم	30	3.9000	.99481
المنافسة المنظمات عمال لجذب اخلاقية غير طرق الى المنظمة لاتلجأ	30	4.0333	.99943
المنافسين منتجات تقليد بعدم المنظمة تلتزم	30	4.0667	.86834

مشبوهة صفقات أي في التورط بعدم المنظمة تلتزم	30	4.2000	.92476
الصفقات على للحصول القانونية غير الطرق الى المنظمة تلجأ لا	30	4.2000	.92476
الثاني_المحور	30	3.9137	.67761
والمساهمون_الملاك	30	4.3333	.63752
العاملون	30	3.6143	.76071
الزبائن	30	3.8762	.76125
والمجتمع_الحوكمة	30	3.8923	.72712
المنافسون	30	3.9905	.82274
Valid N (listwise)	30		

خامسا: اختبار الفرضية الأولى

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
والمساهمون_الملاك	30	4.3333	.63752	.11640

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
والمساهمون_الملاك	11.455	29	.000	1.33333	1.0953	1.5714

سادسا: اختبار الفرضية الثانية

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
العاملون	30	3.6143	.76071	.13889

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
العاملون	4.423	29	.000	.61429	.3302	.8983

سابعا: اختبار الفرضية الثالثة

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الزبائن	30	3.8762	.76125	.13898

One-Sample Test

	Test Value = 3					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
الزبائن	6.304	29	.000	.87619	.5919	1.1604

ثامنا: اختبار الفرضية الرابعة

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
والمجتمع_الحوكمة	30	3.8923	.72712	.13275

One-Sample Test

	Test Value = 3					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
والمجتمع_الحوكمة	6.722	29	.000	.89231	.6208	1.1638

تاسعا: اختبار الفرضية الخامسة

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
المنافسون	30	3.9905	.82274	.15021

One-Sample Test

	Test Value = 3					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
المنافسون	6.594	29	.000	.99048	.6833	1.2977

عاشرا: اختبار الفرضية الرئيسية

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الثاني_المحور	30	3.9137	.67761	.12371

One-Sample Test

	Test Value = 3					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
الثاني_المحور	7.385	29	.000	.91368	.6607	1.1667

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : علوم التسيير

رقم: ...../..... المسيلة في:.....

إلى السيد: ..... مدير الجلب .....
..... لمؤسسة الجزائرية .....

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء التربص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...

في إطار انفتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعدادمذكرات التخرج ، التي تدخل ضمن متطلبات نيل **شهادة الماستر** في **شعبة**: علوم التسيير ..... **تخصص** :مالية وتجارة .....

فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء تربصهم الميداني بمؤسستكم.

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و/ ر .س	الإمضاء
01	آمنة شلبي	181835076383	202929088	
02	حبيبة قويسي	181835085744	202429493	

عنوان المذكرة: .....
واقع تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية .....
.....

المشرف(الاسم و اللقب و الإمضاء)	هيئة التربص (الإمضاء والختم)	رئيس القسم(الإمضاءوالختم)
الدكتور بركاني حسين	ALGERIE TELECOM Directeur Opérationnel des Télécommunication de M'sila BALIS Kamel DOT M'SILA	رئيس قسم علوم التسيير عمار الدكتور قويسي

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: .....علوم التسيير.....

Université Mohamed Boudiaf a M'sila
Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département: .Sciences de Gestion

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة و النزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسفله:

الطالب (ة)*:.....شلابي آية..... المولود(ة) بتاريخ: .....2000/12/03..... ب:.....ولاية الشلف.....

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أو ر.س.) رقم: .202929088..... الصادرة بتاريخ: ..2018/05/ 10..عن: ..بلدية المطارفة / المسيلة

المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: .....علوم التسيير..... تخصص:.....إدارة أعمال.....خلال السنة الجامعية:...2023/2022

والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان** :.....واقع تطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية.....

.....

.....

.....

أصرح بشرفي أني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: ..04../..06../..2023..

التوقيع و البصمة

.....

*يحرر كل طالب (ة) تصريحا فرديا في حالة إعداد المذكرة من طرف أكثر من طالب(ة) واحد .

**يدرج هذا التصريح ضمن ملاحق المذكرة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف – المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

Université Mohamed Boudiaf a M'sila
Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département: Sciences de Gestion

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي أسفله:

الطالب (ة) : قويسي حبيبة المولود (ة) بتاريخ: 2000/01/29 بمقرة ولاية المسيلة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية أو(ر.س) رقم:202429493 الصادرة بتاريخ: 19 فيفري 2018 عن: بلدية مقرة ولاية المسيلة.

المسجلة بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال خلال السنة الجامعية:2023/2022

والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: واقع تطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية.

أصرح بشرفي أني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2023/06/04

التوقيع والبصمة

*يحرر كطالب (ة)تصريحا فرديا في حالة إعداد المذكرة من طرف أكثر من طالب (ة)واحد.
**يدرج هذا التصريح ضمن ملاحق المذكرة.

الملخص:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على موضوع يهم المؤسسات الإقتصادية والبيئة الإجتماعية ألا وهو مدى تبني شركة إتصالات الجزائر بالمسيلة لمفهوم المسؤولية الإجتماعية، ولتحقيق هدف الدراسة إعتمدت دراستنا على استبيان أعد لهذا الغرض على عينة من العاملين في شركة إتصالات الجزائر بالمسيلة، اعتمدنا في تحليل بيانات الاستبيانات على برنامج الحزمة الإحصائية "**SPSS**" ، وتم تقسيم الدراسة إلى فصلين حيث تناول الفصل الأول الإطار المفاهيمي للمسؤولية الإجتماعية، أما فيما يخص الفصل الثاني فتناول الإطار الميداني للدراسة واختبار الفرضيات، وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أن شركة إتصالات الجزائر توفر متطلبات تطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية.

Abstract :

The study aims to shed light on a topic of interest to economic institutions and the social environment, which is the extent to which Algeria Telecom in M'sila adopts the concept of corporate social responsibility. To achieve the study's objective, our study relied on a questionnaire prepared for this purpose, targeting a sample of employees at Algeria Telecom in M'sila. In analyzing the questionnaire data, we used the statistical package program "SPSS." The study was divided into two sections: the first section addressed the conceptual framework of social responsibility, while the second section focused on the field framework of the study and testing the hypotheses. In conclusion, the study found that Algeria Telecom provides the requirements for implementing the concept of corporate social responsibility.

تم بحمد الله