

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية. دراسة ميدانية: المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة -بسكرة-

The impact of social responsibility on improving the performance of the economic institution (a field study: the commercial industrial complex, Ziban Mills, Elkantara – Biskra-).

الهادي بن سديرة¹، عثمان براهمي²

¹ جامعة محمد خيضر بسكرة، elhadi.bensedira@univ-biskra.dz

² جامعة محمد خيضر بسكرة، othmane.brahimi@univ-biskra.dz

مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

تاريخ الاستلام: 2022/01/18 تاريخ القبول: 2022/04/04 تاريخ النشر: 2022/04/12.

ملخص: هدفت هذه الدراسة الى تبيان أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة ، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي واستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث شملت عينة البحث 32 عامل من المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة، وقد تم التوصل إلى عدة نتائج أهمها أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية للبعد الخيري والبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة، كما توصي الدراسة بضرورة تبني المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجية المؤسسة بصورة مستمرة ومعلنة لجميع أطراف أصحاب المصلحة لأنه يساعدها في تحسين صورتها اتجاههم ويساهم في تحسين أدائها.

كلمات مفتاحية: مسؤولية اجتماعية، أداء، تحسين الأداء.

تصنيفات JEL: M14، J24

Abstract:

The Purpose of this study is to show up the impact of social responsibility in improving the performance of the institution. It was relied on the descriptive approach and the use of the questionnaire as a tool for data collection. The research sample included thirty two (32) workers from the commercial industrial complex, Al-Zayban El-kantara Mills, and several results were reached, the most important of which is that there is a statistically significant effect of the charitable dimension and the ethical dimension of social responsibility in improving the performance of the institution. The study also recommends the need to adopt social responsibility within the institution's strategy on an ongoing basis and clarified to all stakeholders because it helps them improve their image towards them and contributes to ameliorating its performance.

المؤلف المرسل: الهادي بن سديرة - الإيميل: elhadi.bensedira@univ-biskra.dz

Keywords: Social Responsibility, Performance, Performance Improvement.
Jel Classification Codes: M14, J24

1. مقدمة :

في إطار التنافسية بين المؤسسات الاقتصادية وسعيها الدائم لزيادة حصصها السوقية وكذا المحافظة عليها وتحسين سمعتها والوصول بها إلى مستوى أداء تنافسي أصبح لزاما على كل مؤسسة الاهتمام أكثر بتحسين مرونتها اتجاه بيئتها الداخلية والخارجية ، من خلال مجموعة من الممارسات التي تحقق رغبات كل أطراف أصحاب المصلحة في إطار ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات فبين الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والسعي نحو تحسين مردوديتها الاقتصادية وبين الموازنة بين هاته وتلك أي العمل على تحسين صورة المؤسسة من خلال المساهمة في رفاهية المجتمع والمحافظة على البيئة والاهتمام بالظروف الاجتماعية والصحية لموظفيها من جهة ومحاولة رفع عائد المساهمين من جهة أخرى تنطلق مشكلة الدراسة من خلال التطرق للتساؤل الرئيسي الآتي: هل يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة؟

لوقوف أكثر على هذه الإشكالية قمنا بتجزئتها إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- هل يوجد أثر للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر للبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر للبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة؟

1.1 فرضيات الدراسة:

انطلاقا من التساؤلات السابقة يمكن صياغة فرضيات كنتهجين نظري للإجابة عن إشكالية الدراسة كالتالي:

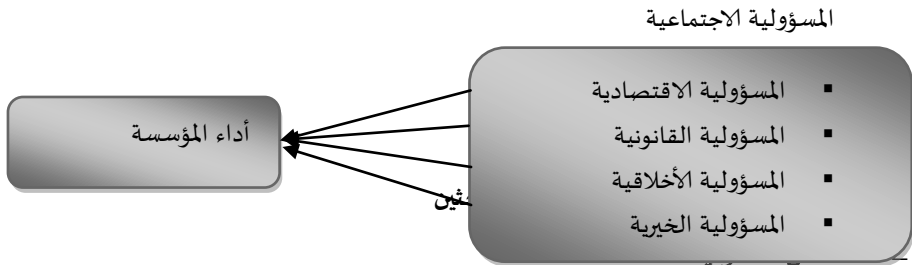
الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة.

والتي ينبثق عنها مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

- H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة.
H2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة.
H3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة.
H4: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة.
- 2.1 أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- تحديد الإطار المفاهيمي لكل من المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي.
 - إظهار أهمية ومكانة المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة.
 - الوقوف على واقع الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة.
 - الوقوف على أثر الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة.
- 3.1 منهجية الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي في إعداد الجانب النظري من خلال الاعتماد على مجموعة من المراجع المتنوعة باللغة العربية واللغة الأجنبية، والمنهج التحليلي في الدراسة الميدانية من خلال تحليل نتائج الاستبانة التي تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة.
- 4.1 نموذج الدراسة:

الشكل رقم 01: نموذج الدراسة.



1.2 المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

- 1.1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: يرى العديد من الباحثين أنه من الصعب وضع تعريف محدد لوصف المسؤولية الاجتماعية بحيث كل تعريف ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية من زاوية محددة في ظل المقاربات الفكرية التي اهتمت بهذا الموضوع وتداعياته.

تعريف منظمة الأعمال من أجل المسؤولية الاجتماعية: المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها إدارة منشأة الأعمال على نحو يفي بتوقعات المجتمع الأخلاقية والقانونية والتجارية والتوقعات العامة من تلك المنشأة أن يتجاوز تلك التوقعات لما هو أفضل. (أبو النصر، 2015، صفحة 33)

تعريف الغرفة التجارية العالمية للمسؤولية الاجتماعية: هي جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، لذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم. (خامرة، 2007، صفحة 80).

تعريف دافيد دونوك: المسؤولية الاجتماعية هي ضرورة التزام منشأة الأعمال اجتماعياً باتجاه المجتمع الذي يعمل به، وذلك من أجل رفع مستوى الرفاهية للمجتمع بفتاته المختلفة. (أبو النصر، 2015، صفحة 32)

من خلال المفاهيم السابقة يمكن التفريق بين اتجاهين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية: الاتجاه الأول يرى ضرورة وجود إطار تنظيمي للمسؤولية الاجتماعية وإلزام الشركات بضوابط تنظيمية من قبل الدولة من خلال تعليمات ومواثيق، أما الاتجاه الثاني فينظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها نشاط تطوعي لا يتطلب قوانين أو ضوابط تنظيمية أو قواعد محددة تلزم الشركات بمسئوليتها اتجاه المجتمع كون المسؤولية طوعية، وسيؤدي وضع الضوابط والقواعد إلى المزيد البيروقراطية ويجعل الشركات تلتزم بما هو مطلوب منها فقط دون زيادة. (رسلان، 2011، الصفحات 1-21)

2.1.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

يرى (Carroll, 1991, pp. 39-48) أن قبول المسؤولية الاجتماعية من قبل رجال الاعمال والمؤسسات تتم من خلال تأطيرها بطريقة يتم فيها تبني مجموعة كاملة من مسؤوليات العمل، يقترح هنا أربعة أبعاد من المسؤوليات الاجتماعية تشكل اجمالي المسؤولية الاجتماعية للشركات وهي: اقتصادية، قانونية، أخلاقية، خيرية.

البعد الاقتصادي: يرى (CARROLL, 1979, pp. 497-505) بلن المسؤولية الاجتماعية الأولى والأكثر في مجال الاعمال هي الاقتصادية قبل أي شيء آخر، بحيث يقع على عاتقها مسؤولية

انتاج السلع والخدمات التي يريدها المجتمع كما يضيف (فلاق، 2016، صفحة 53) بلأن هذه السلع والخدمات يجب ان تكون ذات جودة عالية مع استخدام أمثل للمواد مع احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين ومنع الاحتكار والاضرار بالمنافسين، واستعادة التكنولوجيا واستخدامها في معالجة الاضرار التي تلحق بالبيئة.

البعد القانوني: هذه المسؤولية تستلزم الامتثال للوائح والقوانين والالتزام بقواعد اللعبة (Mugova, Mudenda, & Sachs, 2017, p. 210)، ومن هذا المنظر فان المجتمع يتوقع من المؤسسة الالتزام بالقيام بمهمتها الاقتصادية ضمن الإطار القانوني، ومن أهم مكونات المسؤولية القانونية أن يكون أداؤها متسقا مع توقعات الحكومة والقانون، بحيث تكون مؤسسة مواطنة ملتزمة بالقانون من أجل أن تكون ناجحة ، وان توفر السلع والخدمات التي تلي على الأقل الحد الأدنى من المتطلبات القانونية (كريشان، 2012، صفحة 18).

البعد الاخلاقي: يرى (Carroll & Buchholtz, 2005, p. 44) بلأن المسؤولية الأخلاقية هي تجنب الممارسات المشكوك فيها وبافتراض أن القانون هو الحد الأدنى للسلوك فيجب أن تعلم المؤسسة هذا الحد الأدنى المطلوب وأن تفعل ما هو صحيح وعادل مع تأكيد القيادة الأخلاقية.

البعد الخيري: تقع هذه المسؤولية أعلى هرم كارول عند الوصول إليها يعني ذلك أن المؤسسة أكثر أخلاقا وأوسع نطاقا (المعايطة، 2019، صفحة 14). كما يرى (جرادات و أبو الحمام ، 2013، صفحة 214) بلأن هذه المسؤولية هي اختيارية ومن الصعب الحكم عليها والتحقق منها، ويرتبط البعد الخيري أو الإنساني بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام مع مشاركة المجتمع في نكباته وأفراحه وحل مشكلاته كالفقر والبطالة وتقديم الخدمات الصحية والتعليمية والثقافية والرياضية والحفاظة على البيئة.

ومنه المسؤوليات الاقتصادية والقانونية مطلوبة اجتماعيا "أي التزام"، أما المسؤوليات الأخلاقية متوقعة اجتماعيا في حين أن المسؤوليات الخيرية مرغوبة اجتماعيا.

- بما أن المجتمع هو مستخدم مخرجات المؤسسة فاكتماب ثقته من خلال مساهمة هذه الأخيرة في رفاهيته من جهة ومحاولة الحد من أثار نشاطاتها السلبية على البيئة من جهة أخرى، دون اغفال الاهتمام بشؤون العاملين الاجتماعية والصحية بما يؤدي الى زيادة الأمان والاستقرار والولاء لديهم

ومن ثمة رفع انتاجيتهم ومن هذا كله نجد أن تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسة يعكس على ادائها.

2.2 محدة الأداء

1.2.2 أداء المؤسسة: يعكس الأداء النتيجة النهائية لنشاطات المؤسسة وهو يبين قدرتها على تحقيق أهدافها باستخدام الموارد بكفاءة، لتقدم مخرجات تتوافق مع أهدافها وملائمة لزيائنها ومستخدميها (غسان و القاسم، 2013، الصفحات 9-10)، وهناك من ينظر إليه على أنه المنظومة المتكاملة لنائج أعمال المنظمة في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية، وهو بهذا المفهوم يشمل على أبعاد ثلاثة (مخيمر، 2000، صفحة 9):

◀ أداء الأفراد في إطار وحدتهم التنظيمية المتخصصة.

◀ أداء الوحدات التنظيمية في إطار السياسات العامة للمؤسسة.

◀ أداء المؤسسة في إطار البيئة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

2.2.2 معايير الأداء وأسسها: تعرف معايير الأداء بأنها معدلات قياسية تستطيع المؤسسة أن تسترشد بها كأساس للتقييم والمراجعة وذلك بمراجعة النتائج التي تحققها تلك المعدلات، ويمكن تحديد أسس معايير الأداء العامة التي تستخدمها المنظمات كأساس للتقييم والمراجعة فيما يلي (الزنت، 2019، الصفحات 86-87):

معايير الكفاءة Efficiency: يشير هذا المعيار إلى حسن استخدام الموارد المتاحة أفضل

استخدام، وتتضمن قياس التكلفة لكل وحدة من المخرجات، بمعنى النسبة بين المخرجات والمدخلات، أو النسبة بين المخرجات والوقت.

معايير الفعالية Effectiveness: ويقاس مدى تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة أو الأهداف التشغيلية للوحدات التنظيمية الفرعية.

معايير الإنتاجية Productivity: ويشير هذا المعيار إلى قياس العلاقة النسبية بين المدخلات (الموارد) ومخرجات المؤسسة.

معايير الجودة Quality: تتضمن مقاييس الجودة توقعات العميل (المستفيد) مثل الدقة والسرعة والتكلفة والوقت المستغرق والاستجابة والمسؤولية وغيرها.

تحسين الأداء: يعني قياس المخرجات الخاصة بعملية ما أو إجراء معين، ثم تعديل العملية أو الإجراء لزيادة مستوى المخرجات والنتائج من خلال: زيادة الفعالية، زيادة الكفاءة، كما يمكن تطبيق تحسين الأداء على مستوى الأفراد، الأقسام، المنظمات أو فرق العمل (فهد الحيان، 2016، صفحة 78).

3.2 بطاقة الأداء المتوازن وأبعادها:

1.3.2 تعريف بطاقة الأداء المتوازن: تضمن المفهوم الأساسي لتقنية الأداء المتوازن المقدم من قبل (Koplan&Norton) دمج وتوحيد المؤشرات المالية التقليدية مع المؤشرات غير المالية لتوفير معلومات أكثر غنى وملائمة لمستخدميها وذلك كرد فعل عن تنامي شعور عدم القناعة بكفاية المؤشرات التقليدية لأغراض تقييم الأداء (عاشور، 2013، صفحة 59)، وتعرف بطاقة الأداء المتوازن بأنها " نظام يقدم مجموعة متماسكة من الأفكار والمبادئ وخارطة مسار شمولي للمؤسسات لتتبع ترجمة رؤيتها الاستراتيجية من ضمن مجموعة مترابطة من مقاييس الأداء التي لا تستخدم في مقياس الأعمال فقط، ولكن لتحقيق الترابط واتصال الاستراتيجية بالأعمال، وللمساعدة التنسيق الفردي التنظيمي وإنجاز الأهداف العامة" (عريوة و خاوي، 2017، صفحة 138).

2.3.2 أبعاد بطاقة الأداء المتوازن

تعتبر بطاقة الأداء المتوازن أهم مداخل قياس الأداء ولها أربعة أبعاد هي:

البعد المالي: يعكس المنظور المالي متطلبات مالكي المؤسسات وذوي المصالح، ويرتكز على تعظيم الربحية من خلال مجموعة من الأهداف المالية ومؤشرات قياس الأداء، والعمليات الداخلية، والتعلم والابداع تتفاعل جميعا وتصب في هذا المحور المالي، فهو يعتبر المحصلة النهائية لنتائج أعمال وحدات عمل المؤسسة المختلفة، ويتم في هذا المحور الإجابة عن السؤال الاتي (حسين ذيب ، 2021، صفحة 773): - حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها المالية، كيف يمكن لها أن تظهر أمام مساهميها؟

بعد العملاء: تعتمد معظم منظمات الأعمال في الوقت الحاضر على وضع متطلبات وحاجات العملاء في قلب استراتيجياتها لما يتضمنه هذا المحور من أهمية كبيرة تنعكس في نجاح المؤسسة وبقاءها واستمرارية نشاطها في السوق المنافسة الأمر الذي يتحقق من خلال القدرة على تقديم منتجات بنوعية متميزة وبأسعار معقولة (فني ، 2018، الصفحات 292 - 293). ويمكن طرح التساؤل التالية:

- ما مدى رضا العملاء على مل تقدمه المؤسسة من منتجات وخدمات؟

بعد العمليات الداخلية: يعتمد هذا الجانب على العمليات الداخلية الهامة التي سيكون لها تأثير كبير على إرضاء العملاء وتحقيق الأهداف المالية للمؤسسة وذلك من خلال ما يسمى بسلسلة القيمة الداخلية التي تتضمن ثلاث دورات من العمليات الأساسية وهي: عمليات الابتكار والابداع، عمليات التشغيل، عمليات خدمات ما بعد البيع (سلسلة ، صفحة 290) فهو جانب يهتم بالعمليات التي تفوق فيها المنظمة وذلك من خلال تقييم:

- ما هي مصادر القوة والضعف في العمليات الأساسية للمؤسسة؟

بعد التعلم والنمو: يعتبر هذا المنظور أحد محددات نجاح المنظمة واستمراريتها في المنافسة، حيث يعتمد في الأساس على قدرات ومهارات العاملين على الابداع والتطوير والابتكار، بالإضافة إلى اقتناء تقنيات إنتاج مستحدثة تتميز بتكنولوجيا متطورة ذات كافة عالية، بهدف الوصول إلى ابتكارات متجددة لتحسين الجودة وزيادة الإنتاجية وتقصير زمن الإنتاج وتخفيض معدلات العيوب ويتطلب ذلك بذل جهود إضافية في تعليم وتدريب العاملين وزيادة مشاركتهم للقيام بمهام مختلفة ويسعى هذا الجانب إلى تقييم (ضامن ، 2016، الصفحات 611 - 612):

- كيف تقوي المؤسسة قدرتها على التغيير والتحسين المستمر؟ وهل لها القدرة على التعلم والابتكار؟ ترتبط الأبعاد الأربعة معا في سلسلة من الأسباب والنتيجة، فالمقاييس المالية والعميل هي " النتائج" وإجراءات العملية والتدابير هي " الدوافع". تبدأ المنظمة في خلق قيمة في المستقبل من خلال الاستثمار في محركات اليوم، على سبيل المثال تقوم المنظمة بتدريب الموظفين على الجودة لتحسين عمليات التصنيع لديها لإنشاء منتجات منخفضة التكلفة للعملاء، الذين بدورهم سيشترون المزيد من المنتجات بالتالي تعزيز النمو المالي والربحية وقيمة المساهمين (جابر و آخرون، 2021، صفحة 159).

4.2 المسؤولية الاجتماعية كفسلفة لتحسين أداء المؤسسات الاقتصادية: تعمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على تحسين رفاهية موظفي المؤسسات التي تطبقها أو تبناها، فإذا حدث ذلك، فسيكون له تأثير إيجابي على حياة الموظفين في العمل، وبالتالي على إنتاجيتهم ودافعهم وولائهم فلن يكون الموظفون أكثر إنتاجية في المتوسط فحسب، بل سيقبل ذلك أيضًا من معدلات الإقلاع أو المغادرة، مما يقلل من مصروفات المؤسسة في التوظيف أو التدريب. ونفس الشيء فيما

يخص حماية البيئة، فإذا قامت المؤسسة بإعداد عمليات للحد من هدر الموارد أو النفايات أو استهلاك الطاقة، فإن ذلك في كثير من الأحيان يقلل من نفقاتها، تعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من أهم عوامل تحسين الأداء بالنسبة للمؤسسات التي تقوم بتبنيها وتطبيقها (حليلو و يونس، 2020، الصفحات 605-606).

3. الدراسة الميدانية

3.1 الطريقة والأدوات

تمت الدراسة الميدانية على مستوى المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة -بسكرة- وكان الهدف من الدراسة هو الوقوف على أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء في هذه المؤسسة وهذا من منظور أبعاد ومحاور بطاقة الأداء المتوازن.

3.1.1 مجتمع وعينة الدراسة: تمثل المجتمع المستهدف في جميع المسؤولين الإداريين للمركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة والبالغ عددهم 40 مسؤولا، تم توزيع الاستبانة على جميع أفراد المجتمع وتم استرداد 37 وبعد الفحص والتدقيق فيها تم استبعاد 5 وقبول 32 استبانة صالحة لتحليل الاحصائي.

3.1.2 أداة جمع المعلومات:

تم تصميم استبانة خاصة لغرض جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وقد شملت مجموعة من الفقرات تضمنت 35 عبارة مقسمة على محورين، المحور الأول يمثل المتغير المستقل (أبعاد المسؤولية الاجتماعية) ويحتوي على 16 عبارة أما المحور الثاني فيمثل المتغير التابع أداء المؤسسة ويحتوي على 19 عبارة موزعة على 4 محاور لبطاقة الأداء المتوازن ممثلة في النمو والتعلم، العمليات الداخلية، العملاء، البيئي ولقد تم استبعاد المحور المالي لأنه يأخذ بعين الاعتبار أساسا المردودية المالية والاقتصادية للمؤسسة كاتجاه مقابل لتوجهات المسؤولية الاجتماعية.

3.2 النتائج ومناقشتها:

3.2.1 صدق وثبات الاستبيان:

الجدول 1: صدق وثبات أداة الدراسة

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرومباخ	معامل الصدق
المسؤولية الاجتماعية	16	0.757	0.87

0.954	0.910	19	أداء المؤسسة
0.948	0.899	35	الاستبانة ككل

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v22

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة معامل ثبات الأنساق الداخلي ألفا كرومباخ يحيطي مؤشرا على أن هناك ثباتا للاستبيان حيث بلغت قيمته (0.899) وهي قيمة جيدة من الناحية الاحصائية، كذلك فإن معامل الثبات ألفا كرومباخ ومعامل الصدق لجميع المحاور جيدة ومقبولة احصائيا (جميعها أكبر من 0.70)، وبذلك تم التأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة وبالتالي صلاحيتها لتحليل النتائج.

2.2.3 وصف خصائص عينة الدراسة :

يمكن توضيح مختلف الخصائص الشخصية لأفراد العينة في الجدول الموالي

الجدول 2: توزيع عينة الدراسة حسب بياناتهم الشخصية

النسب المئوية %	التكرارات	التغيرات الشخصية والوظيفية	
%62.5	20	الجنس	
		ذكر	
%37.5	12	أنثى	
%21.9	7	العمر	
		أقل من 30 سنة	
		من 30 إلى أقل من 40 سنة	
		من 40 إلى أقل من 50 سنة	
%21.9	7	50 سنة فأكثر	
%12.6	4	المستوى التعليمي	
		مستوى ثانوي فأقل	
		شهادة دراسات تطبيقية جامعية	
		شهادة ليسانس	
		شهادة ماستر	
%40.6	13	شهادة مهندس	
%15.6	5	الخبرة المهنية	
		اقل من 5 سنوات	
		من 5 إلى 09 سنوات	
		من 10 الى 14 سنة	
%28.1	9	15 سنة فأكثر	
%3.1	1		
%15.6	5		
%40.6	13		
%18.8	6		
%25.0	8		

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية.

المجموع	32	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v22

يتضح من خلال الجدول (1) السابق أن نسبة الذكور (62.5%) ونسبة الإناث (37.5%) و تعكس هذه النسب المتباعدة طبيعة نشاط المؤسسة الذي يتطلب فئة الذكور أكثر، أما توزيع العينة من حيث العمر فكانت (21.9%) من أفراد العينة أعمارهم أقل من 30 سنة، و(50%) من أفراد العينة أعمارهم ما بين 30 إلى أقل من 40 سنة، و (6.3%) أعمارهم ما بين 40 إلى أقل من 50 سنة، و(21.9%) أعمارهم 50 سنة فأكثر من خلال هذه النتائج نلاحظ تواجد فئة الشباب بقوة، أما توزيعهم من ناحية المستوى التعليمي فأغلب أفراد العينة يحملون شهادة دراسات تطبيقية جامعية بنسبة (40.6%)، يليها حملت شهادة الماستر بنسبة (28.1%)، أما المستوى الثانوي فأقل فكانت نسبتهم (12.6%)، أما شهادة مهندس قدرة ب (3.1%) وهي أضعف نسبة وعليه فأغلب أفراد العينة ذو مستوى جامعي، أما توزيعهم من ناحية الخبرة المهنية فكانت (15.6%) خبرتهم أقل من 5 سنوات،(40.6%) لديهم خبرة في العمل ما بين 5 إلى 9 سنوات و (18.8%) خبرتهم في العمل من 10 الى 14 سنة و(25%) خبرتهم 15 سنة فأكثر وعليهم فإن هذه النتائج مجملها تفسر وجود فئة عمالية ذات خبرة كبيرة.

3.2.3 تحليل وتفسير النتائج:

تحليل محاور الاستبانة

الجدول 3: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور المسؤولية الاجتماعية

الاتجاه	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الابعاد
موافق	62%	1.190	1.94	تراعي المؤسسة تحقيق الربحية كهدف رئيسي على حساب باقي الاعتبارات الأخرى	البعد الاقتصادي
موافق	74%	1.091	2.31	تساهم المؤسسة في تحقيق الامن الغذائي	
موافق	69%	0.884	2.16	تساهم المؤسسة في دعم بناء الاقتصاد الوطني	
موافق	69%	0.920	2.16	تساهم المؤسسة في الحد من البطالة	
موافق	68%	1.070	2.13	تسعى المؤسسة باستمرار للتخفيض من التكاليف	
موافق	68.40%	0.67478	2.1375	اجابات أفراد العينة تجاه البعد الاقتصادي	

البعد القانوني	تدفع المؤسسة تعويضات عن أي ضرر يلحق بالمستهلك	3.09	1.027	99%	محايد
	تدفع المؤسسة تعويضات عن أي عيب في المنتج	3	1.078	69%	محايد
	تخصص المؤسسة اعانات للجمعيات الخيرية	2.03	0.897	65%	موافق
	تتوافق أدوار نقابات العمال مع اتجاهات المؤسسة	2.75	1.270	88%	محايد
اجابات أفراد العينة تجاه البعد القانوني					
البعد الأخلاقي	تتوافق أهداف المؤسسة مع أهداف وقيم المجتمع	2.44	1.076	78%	موافق
	تمتلك المؤسسة دليل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العمال	2.75	1.107	88%	محايد
	تمتلك المؤسسة نظاما صارما لمحاربة كل أشكال الفساد	2.38	1.070	76%	موافق
	اجابات أفراد العينة تجاه البعد الاخلاقي	2.5208	0.85483	80.67%	موافق
البعد الخيري	تساهم المؤسسة في دعم الجمعيات الرياضية	3.44	1.076	110%	محايد
	تقدم المؤسسة اعانات ومساعدات لمراكز الطفولة ومراكز رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة	3.53	0.963	113%	محايد
	تعمل المؤسسة على توظيف العاملين ذوي الاحتياجات الخاصة	3.53	1.016	113%	محايد
	تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لتسهيل أداء مناسك الحج والعمرة	2.4	1.012	77%	موافق
اجابات أفراد العينة تجاه البعد الخيري					
محور المسؤولية الاجتماعية					
محور المسؤولية الاجتماعية					
محور المسؤولية الاجتماعية					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v22

نلاحظ أن نسب الاجابات تتجه نحو الموافقة على **البعد الاقتصادي** للمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة محل الدراسة بمتوسط حسابي قدر ب(2.1375) وانحراف معياري(0.67478)، كما نلاحظ أن نسب الاجابات تتجه نحو الحياد فيما يتعلق **بالبعد القانوني** للمسؤولية الاجتماعية بمتوسط حسابي مقداره (2.7188) وانحراف معياري(0.71490)، في حين نجد أن عينة البحث قد أظهرت اتجاهها عاما بالموافقة على **البعد الأخلاقي** للمسؤولية الاجتماعية بمتوسط حسابي (2.5208) وانحراف معياري(0.85483)، كما نجد أن عين البحث قد أظهرت اتجاه نحو الحياد على **البعد الخيري** للمسؤولية الاجتماعية بمتوسط حسابي مقداره(3.2266) وانحراف معياري(0.56568).

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية.

الجدول 4: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقرارات محور أداء المؤسسة

الابعاد	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة
بعد العملاء	تحرص المؤسسة على إيجاد شبكات تواصل فعالة مع العملاء	2.63	0.907	84%	محايد
	للمؤسسة سياسة ترويجية فعالة لجذب عملاء جدد	2.84	0.987	91%	محايد
	تتحترم المؤسسة مواعيد التسليم	2.28	0.888	73%	موافق
	تهتم المؤسسة بمعالجة شكاوى العملاء في أقصر مدة	2.41	0.979	77%	موافق
	تنتج المؤسسة منتجات بجودة عالية	2.44	0.914	78%	موافق
اجابات أفراد العينة تجاه بعد العملاء					
بعد العمليات الداخلية	تملك المؤسسة وسائل حديثة للكشف على المنتجات المعيبة	2.97	0.967	95%	محايد
	تعمل المؤسسة على تحسين جودة منتجاتها باستمرار	2.53	1.016	81%	موافق
	تحرص المؤسسة على تخفيض تكاليف الإنتاج من خلال اقتناء التكنولوجيا الحديثة	2.97	1.150	95%	محايد
	تتبني المؤسسة فلسفة التحسين المستمر في جميع العمليات	2.56	0.948	82%	موافق
	اجابات أفراد العينة تجاه بعد العمليات الداخلية				
بعد النمو والتعلم	توفر المؤسسة مناخ تنظيمي ملائم للعمل لزيادة رضا العمال	3.63	1.070	116%	غير موافق
	تقدم المؤسسة برامج تدريبية ملائمة للعمال ترفع من قدراتهم ومهاراتهم	2.56	1.076	82%	موافق
	تناسب أجور ومكافآت العمال مع متوسط مستويات الأجور	3.91	0.928	125%	غير موافق
	تشجع المؤسسة على توليد الأفكار الإبداعية والابتكار	3.81	1.030	122%	غير موافق
	تحرص المؤسسة على استقطاب الافراد ذوي القدرات المتميزة	3.53	0.960	113%	غير موافق
	تولي المؤسسة أهمية للبحث والتطوير لتحسين منتجاتها وتطوير منتجات جديدة	2.91	0.963	93%	محايد

غير موافق	108%	06634	3.41	اجابات أفراد العينة تجاه بعد النمو والتعلم
محايد	95%	1.031	2.97	تخصص المؤسسة لعمالها أيام تكوينية تهدف لحماية البيئة
محايد	91%	0987	2.84	تقيس المؤسسة لانبعاثات المؤثرة سلبا في البيئة بشكل دوري
محايد	94%	1.076	2.94	تساهم المؤسسة في مشاريع حماية البيئة
محايد	86%	1.030	2.68	تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار المساهمة في المحافظة على البيئة الى جانب تحقيق الأهداف الاقتصادية
محايد	91.50%	0.93	2.85	اجابات أفراد العينة تجاه البعد البيئي
محايد	93.32%	0.61609	2.9161	محور أداء المؤسسة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v22

- نلاحظ أن نسب الاجابات تتجه نحو الموافقة على بعد العملاء بالمؤسسة محل الدراسة بم توسط حسابي قدر ب (2.5188) وبانحراف معياري (0.739) حيث بلغت نسبة الموافقة (80%)، كما جاءت إجابات أفراد العينة فيما يخص بعد العمليات الداخلية بالحياذ بمتوسط حسابي مقداره (2.75) وبانحراف معياري (0.796) حيث بلغت نسبة الحياذ (88.25%)، في حين نجد أن عينة البحث قد أظهرت اتجاهها عاما بعدم الموافقة على بعد النمو والتعلم بمتوسط حسابي (3.41) وانحراف معياري (0.6634) وهذا يعني عدم وجود اهتمام بهذا البعد داخل المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر الباحثين، بينما نجد أن عينة البحث قد أظهرت اتجاهها محايدا نحو البعد البيئي بمتوسط حسابي مقداره (2.9161) وانحراف معياري (0.93).

الجدول 5: نتائج تحليل تباين الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الانحدار	5.420	4	1.355	5.765	.002 ^b
الخطأ المتبقي	6.346	27	0.235	-	-
المجموع	11.767	31	-	-	-

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v22

$$R=0.679 \quad R^2=0.461 \quad R^3 = 0.381$$

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية.

من خلال النتائج الواردة في الجدول يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (5.765) وبقيمة احتمالية (0.002^b)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05). ويتضح أيضا أن معامل التحديد يساوي (0.461) وهذا يعني أن (46.1%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع المتمثل في أداء المؤسسة تعود إلى التغيرات الحاصلة في المتغيرات المستقلة أبعاد المسؤولية الاجتماعية و الباقي يعزى لعوامل أخرى غير داخلية في النموذج، وهي قوة تفسير مرتفعة نسبيا، أما معامل التحديد المصحح فقد بلغ (0.381) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة تفسر (38.1%) من التغير الحقيقي الحاصل في المتغير التابع و المتمثل في أداء المؤسسة أما الخطأ المعياري فقد قدر ب(0.48482) وبالتالي من خلال ما سبق نقبل الفرضية الرئيسية والتي تنص على "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة" وبناء على ذلك نستطيع اختبار الفرضيات الفرعية، أين نعتمد في ذلك على الانحدار المتعدد، حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول التالي:

الجدول 6: نتائج الانحدار المتعدد

المتغير التابع	المتغيرات المتنبئة (المفسرة)	Beta	قيمة t	دلالة T
أداء المؤسسة	البعد الاقتصادي	-0.088	0.534	0.598
	البعد القانوني	-0.14	0.77	0.448
	البعد الأخلاقي	0.472	2.497	0.019
	البعد الخيري	0.518	3.253	0.03

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v22

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن البعد الخيري جاء نتائجها كالآتي: (T=3.253) و(B=0.518) عند مستوى الدلالة (0.03) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهذا يعني وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة، أما في ما يخص البعد الأخلاقي فكانت النتائج: (T=2.497) و(B=0.472) عند مستوى الدلالة (0.019) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهذا يعني وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة، إن وجود أثر بالنسبة لهذين

البعدين راجع حسب عينة المبحوثين للأنشطة التي يقوم بها المركب في هذا الاطار (من احترام للقيم، محاربة الفساد..)، وهذا ما شجع أصحاب المصلحة من عمال و عملاء و مجتمع..... إلخ على الوفاء تجاه المركب، في حين أشارت النتائج إلى عدم وجود أثر ذو دلالة احصائية للبعد بين الاقتصادي والقانوني للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة حيث قدرت قيم كل منهما على الترتيب ب (T=0.534) و (B = 0.088) عند مستوى الدلالة (0.598) و (T=0.77) و (B= - 0.14) عند مستوى الدلالة (0.448)، وهما أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وعليه نرفض الفرضيتين الفرعيتين H1 و H2 ونقبل الفرضيتين البديلتين لهما، وعدم وجود أثر لهذين البعدين حسب عينة المبحوثين راجع الى كون أن المؤسسة في نشاطها الاقتصادي هدفها تعظيم الأرباح بالدرجة الأولى، وأما احترام القوانين فهي ملزمة بتطبيقها.

4. الخاتمة

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت في المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة يمكن القول بأن ممارسة المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة تختلف من بعد إلى آخر، حيث أن هناك أثر للبعدين الخيري والأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة، وعدم وجود أثر لكل من البعد الاقتصادي والبعد القانوني.

4.1 نتائج الدراسة: اشارت النتائج الى الآتي:

- ◀ وجود أثر ذو دلالة احصائية للبعد الخيري والبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة.
- ◀ لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للبعد الاقتصادي والبعد القانوني في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة.

4.2. مقترحات الدراسة : بناء على نتائج الدراسة، يقترح الباحثان الآتي:

- ◀ ضرورة إدراك الإدارة العليا للمفهوم الصحيح للمسؤولية الاجتماعية، والعمل على نشر ممارسات هذه الاخيرة في كل مستويات المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة.
- ◀ ضرورة تبني المسؤولية الاجتماعية بكل أبعادها ضمن استراتيجية المركب بصورة مستمرة مع الاهتمام أكثر بالبعدين الخيري والأخلاقي، لما لهما من دور في تحسين سمعة المركب وأدائه.

◀ ضرورة إنشاء قسم خاص بالمسؤولية الاجتماعية من أجل اعداد ومتابعة تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للمركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان القنطرة.

5. قائمة المراجع

المؤلفات:

1. حمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال (المجلد العربية)، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016)؛
2. مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات المواصفة القياسية ISO 2600 (المجلد الأولى)، (المجموعة العربية للتدريب و النشر، 2015)؛
3. ناصر جرادات، و عزام أبو الحمام، المسؤولية الأخلاقية و الاجتماعية للمنظمات، (الاردن: إثراء للنشر و التوزيع 2013) ؛
4. فهد مانع فهد الحيان، دور تمكين العاملين في تحسين الأداء في مؤسسات التعليم العامة و الخاصة (المجلد الاولي)،(عمان: دار الايام للنشر و التوزيع، 2016)؛
5. أحمد غسان، مقال مصطفى القاسم، تأثير الفطنة المنظمة على الاداء المؤسسي دراسة على المصارف التجارية العاملة في الاردن (القاهرة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الادارية، 2013)؛
6. عبد العزيز جميل محييمر، قياس الأداء المؤسسي للأجهزة الحكومية (القاهرة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2000)؛
7. يحي عطوة الزنط، إدارة أداء المؤسسات الحكومية مدخل تميز الأداء المؤسسي نحو بناء نموذج لتمييز أداء الجهاز الإداري المصري في ضوء رؤية مصر 2030 (القاهرة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2019)؛
8. Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K.(BUSINESS & SOCIETY Ethics and Stakeholder Management. Cengage Learning, 2005)؛

● الأطروحات:

9. الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية و الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة - حالة سوناطراك - كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر 2007؛
10. رقية إسماعيل المعايطة، أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمنظمات - دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات الاردنية - رسالة ماجستير. كلية الاقتصاد و العلوم الادارية قسم إدارة الأعمال، جامعة ال البيت الاردن، 2019؛
11. رولا أحمد كريشان، المسؤولية الاجتماعية و أثرها على استراتيجيات المنافسة دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية رسالة ماجستير، كلية الاعمال قسم الادارة، جامعة عمان العربية، عمان، 2012؛

المقالات:

12. عبد الغني دادن، حسين ذيب، مساهمة بطاقة الأداء المتوازن (BSC) في تقييم الأداء الاستراتيجي بمؤسسات صناعة مواد البناء في الجزائر- دراسة على عينة من المؤسسات في ولايتي (ورقلة . باتنة)، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 7، العدد 1، 2021؛
13. فظيلة فني، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء المؤسسة من منظور بطاقة الاداء المتوازن-دراسة تطبيقية لمجموعة بنوك عمومية جزائرية، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 5، العدد 2، 2018؛
14. مالية سليمة، دور بطاقة الاداء المتوازن في تقييم أداء المؤسسة، اقتراح نموذج لبطاقة الاداء المتوازن في شركة سوبالوكس 2000 لصناعة العطور ومستحضرات التجميل، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية (العدد الاقتصادي) 35(1)، بلا تاريخ؛
15. محاد عريوة، ومحمد حاوي، أهمية تطبيق أدوات مراقبة التسيير الحديثة في قياس وتقييم الأداء المستدام في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة بتطبيق نموذج بطاقة الأداء المتوازن في مؤسسة حضنة حليب بالمسيلة، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 2، العدد 4، 2017؛

16. مزريق عاشور، بطاقة الأداء المتوازن كمنهج لقياس وبناء ثقافة الأداء الاستراتيجي المتميز لمنظمات الأعمال، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، المجلد 4، العدد 28، 2013؛
17. مهدي جابر، بارة سهيلة، رحالية بلال، أثر ادارة الكفاءات في تحسين الاداء المؤسسي في شركة اتصالات الجزائر - فرع سوق أهراس - . مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 10، العدد 1، 2021؛
18. وهبية ضامن، امكانية استخدام بطاقة الاداء المتوازن (BSC) في شركات الاتصال الجزائرية لتقييم أدائها الاستراتيجي - دراسة ميدانية شاملة لتعاملي الهاتف النقال بولاية سطيف. مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 6، العدد 2، 2016؛
19. حليلو صباح، يونس بوعصيدة رضا، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة شركة تويوتا، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد 7، العدد 2، 2020؛
20. ARCHIE B CARROLL, A Three - dimensional Conceptual Model Of Corporate Performance, The Academy of Management Review, Vol 4, No1979؛
21. Archie B Carroll. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons vol. 34, issue 4, 1991؛
22. Mugova, S., Mudenda, M., & Sachs, P. Corporate Social Responsibility in Challenging Times in Developing Countries. Dans S. Idowu, S. Vertigans, & A. S. Burlea, Corporate Social Responsibility in Times of Crisis Practices and Cases from Europe Africa and the World. London, UK: Springer International Publishing AG.2017؛

المدخلات:

23. حضور رسلان، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة و العشرين حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا، 2011، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، سوريا؛