

المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات و أثرها على أداء مؤسسة صناعة الاسمنت ومشتقاته  
بالشلف

Corporate social responsibility and its impact on the performance of the cement  
industry and its derivatives in Chlef

هنّي طه<sup>1</sup>

HENNI Taha<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)، tahahenni@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2021/04/14 تاريخ القبول: 2021/06/22 تاريخ النشر: 2021/09/15

**ملخص:**

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز استخدام المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات وأثرها على أداء مؤسسة صناعة الاسمنت بالشلف، ولتحقيق ذلك تم إعداد استبيان والإجابة على أسئلة محاوره باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وهذا بعد جمع البيانات والمعلومات اللازمة لها والتأكد من ثبات هذا الأخير. وقد توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات تعتبر كأداة إستراتيجية بحتة ونموذج يسمح للمؤسسة عينة الدراسة، من تقديم معلومات جوهرية، ويسهم في إكسابها ميزة تنافسية تمكنها من الوصول إلى إرضاء أصحاب المصالح الذي من شأنه أن يحقق الأداء الجيد واستدامة منتجاتها.

**كلمات مفتاحية:** المسؤولية الإجتماعية، الأداء، التنمية المستدامة، الميزة التنافسية، أصحاب المصالح.

**تصنيفات JEL:** M14، L25، Q01، D40، C80.

**Abstract: (Sakkal Majalla, Font 10, 1 line Spacing)**

This study aims to highlight the use of corporate social responsibility and its impact on the performance of the cement and derivatives manufacturing company in Chlef. To achieve this study, a survey was prepared and answered the questions of its interlocutor (sample) in the form of a statistical scale, using the five-point of the Likert-type scale, and this is after collecting the data and information necessary for it and ensuring the stability of this survey. The study concluded that corporate social responsibility is considered as a purely strategic tool and model that allows the study sample institution to provide essential information and contribute to gaining a competitive advantage that enables it to reach the satisfaction of stakeholders that would achieve good performance and the sustainability of its products.

**Keywords:** Corporate social responsibility, performance, sustainable development, competitive advantage stakeholders

**JEL Classification Codes:** M14, L25, Q01, D40, C80.

<sup>1</sup> المؤلف المرسل: هنّي طه، الإيميل: tahahenni@gmail.com

## 1-المقدمة:

إن المؤسسات في الوقت الراهن تسير تطورات سريعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية، وتغيرات جوهرية في بيئة تتسم بالمرونة والديناميكية، حيث تغيرت نظرة المجتمع إلى هذه المؤسسات التي كانت تسعى جاهدا نحو تعظيم الربح، وتحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال وتقييم سمعتها بالاعتماد على مراكزها المالية فقط، فأصبح المجتمع ينظر إلى أبعاد جديدة تواكب المفاهيم الحديثة التي ساهمت في نشأة بيئة عمل قادرة على التأقلم ومسايرة هذه التطورات الحديثة.

من المفاهيم الحديثة التي ظهرت في عالم المال، الأعمال و الاقتصاديات الحديثة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات التي تستمد جذورها من الميثاق الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الذي اعتمده الأمم المتحدة في عام 1966. فكانت أسس المسؤولية الاجتماعية تقييم المجتمع و عمل المؤسسات لصالحه، و تبني الشق الاجتماعي في الاقتصاد المحلي و الدولي، ونجحت المسؤولية الاجتماعية لحد كبير في إدماج المؤسسات في المجتمعات، و جعلها نواة وجزءا من العائلة التي تنشط فيها فأصبحت تنصهر في بيئة و ثقافة المجتمع لتلبي طلباته و تستطيع مسيرته و التماشي مع رغبات هذا الأخير.

يساعد التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة على ضمان استمراريتها في الأجل البعيد، وبالتالي استدامتها، وذلك لما لها من مزايا سوف تعود عليها من خلال تعظيم سمعة المؤسسة وجذب عملاء جدد لها، ورفع مستوى مبيعاتها وتحسين كفاءة عمالها وغيرها الكثير، فالتزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية يساهم في تحسين الأداء الكلي لها.

وبذلك فقد ارتأينا من خلال دراستنا هذه إلى تسليط الضوء على موضوع جد مهم يمكن أن يساعد في تعزيز أداء المؤسسات الاقتصادية واستدامتها ألا وهو المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ، وسنقوم بالتحقق من ذلك من خلال الجانب التطبيقي للبحث، وبناء عليه، فإن إشكالية الدراسة تمثلت فيما يلي:

- هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0.05$  بين تطبيق

المسؤولية الاجتماعية وأداء مؤسسة صناعة الاسمنت ومشتقاته بالشلف ؟

فرضية الدراسة: كإجابة مبدئية، تم طرح الفرضية التالية:

- هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0.05$  لتطبيق المسؤولية

الاجتماعية على تحقيق الأداء في المؤسسة عينة الدراسة.

2- هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل واقع تطبيق المؤسسة لأداة إستراتيجية وهي المسؤولية الإجتماعية، وذلك من خلال أبعادها الأربعة والمتمثلة في البعد القانوني، البعد الاقتصادي، البعد الأخلاقي والبعد الخيري ، وأثرها في تحقيق الأداء من خلال أبعاده الستة والمتمثلة في تقييم المركز التنافسي للمؤسسة، المنظور الإستراتيجي للأداء، التركيز على العميل، مؤشرات الأداء، تمكين العاملين في تحقيق الأداء، التحسين المستمر وذلك على مستوى مؤسسة صناعة الاسمنت ومشتقاته بالشلف.

3- تطوير واختبار نموذج الدراسة:

لقد ارتأينا في ورقتنا البحثية الاعتماد على الإستبانة وحتى وصلت هذه الأخيرة إلى شكلها النهائي المعتمد ، مرت عملية تطويرها بعدة مراحل، لتصبح متاحة لتحقيق أهداف الدراسة، حيث أصبحت في شكلها النهائي تحتوي على قسمين:  
القسم الأول:

يهدف إلى التعرف على المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) ، وفعالية هذا المتغير و الذي يضم أربع أبعاد: البعد القانوني، البعد الاقتصادي، البعد الأخلاقي والبعد الخيري. وقد تكوّن المقياس من ثلاثة وثلاثين عبارة (33).  
أولا الإطار المفاهيمي للمتغير المستقل وأبعاده:

يوجد عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تختلف باختلاف العلوم: علم الإدارة وعلم الاقتصاد وعلم القانون وعلم الاجتماع وغيرها من العلوم فضلا عن اختلاف السياق الزمني و السياق المكاني لتناول المفهوم، وكذا تنوع خلفيات الباحثين والدارسين في تحديدهم لهذا المفهوم. ذلك جعل من الصعب إعطاء تعريف شامل وجامع للمسؤولية الاجتماعية.

- فقد عرّف DRUCKER المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام منظمات الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه.
- وعرفت أيضا على أنّها تعهد والالتزام رجال الأعمال في مواصلة السياسات لصنع القرارات ومعالجة الحالات المرغوبة ولتحقيق الأهداف والقيم لعموم المجتمع. (نجم، 2006، صفحة 25)
- تعني المسؤولية الاجتماعية بأن يكون البعد الاجتماعي والأخلاقي إلى جانب البعد الاقتصادي وتحقيق نمو في الأرباح والعوائد هو المحدد لسلوك قطاع الأعمال من خلال

التزامه الدائم بمتطلبات التنمية المستدامة وتحسين نوعية ومستوى وظروف الحياة للأفراد والمجتمع. (خضور، 2011، صفحة 4)

• عرفت Holmes (1985) المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها " التزام على منظمات الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها ". (الغالي، العامري، و طاهر، 2006، صفحة 49)

• عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها "الالتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل". (أحمد، 2018، صفحة 5)

• كما عرفها جمعية الإداريين الأمريكية بأنها " استجابة إدارة المؤسسات إلى التغيير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بانجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية. (الصبري، 2007، صفحة 50)

• لقد قدم الاتحاد الأوروبي مفهوما للمسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال واعتبرها على أنها "سلوك تقوم على أساسه المؤسسات بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل طوعي". (Pascal و Capron، 2011)

ثانيا أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

• البعد القانوني: هو عبارة عن التزام وإعٍ وطوعي من قبل المؤسسات بجملة القواعد القانونية الحاكمة للمجتمع، سواءً اتصل هذا بالاستثمار، أو بالأجور، أو العمل، أو المحافظة على البيئة.. الخ. (عمر، بوزيد، و مولاي لخضر، 2012، صفحة 35)

• البعد الاقتصادي: تتضمن المسؤولية الاقتصادية تحقيق الأرباح للملاك والإداريين والعاملين والمساهمين و يعني هذا البعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية قيام المؤسسات باستخدام الأمثل للموارد المتاحة لديها بشكل رشيد وممنهج؛ لتنتج في النهاية سلعا ذات جودة عالية. (سالم، 2010، صفحة 67)

• البعد الأخلاقي: وهو ذاك البعد الذي ترعى المؤسسة من خلاله، شتى الجوانب والمعايير الأخلاقية في قراراتها ومساراتها الصناعية المختلفة؛ تجنبًا للمساس بالمنظومة الأخلاقية والقيمة للمجتمع الذي تعمل فيه من خلال تطبيق بعض أهداف التنمية المستدامة.

- البعد الخيري: ويشمل كل النفقات والهيئات التي تمنحها المؤسسة طواعية، وبدون رغبة في الربح، لخدمة المجتمع، أو لخدمة قضية خيرية معينة. (المعاينة و الحموري، 2015، صفحة 85)

#### القسم الثاني:

تناول تحقيق الأداء، كمتغير تابع، باستخدام المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة. ويهدف هذا القسم إلى قياس المتغير التابع بستة أبعاد (تحليل المركز التنافسي للمؤسسة، الوجهة الإستراتيجية للأداء الكلي (IsaacOpusunju و Roko، 2016، الصفحات 8-9)، الاهتمام بالعملاء، تحقيق الأداء الكلي، تطوير القوى البشرية الإدارية، التحيين الدائم للأداء) (STIGLITZ، SEN، و FITOUSSI، 2016، صفحة 13)، وقد تكون من اثنين وخمسون عبارة (52).

هذا وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي، لقياس درجة توفر متغيرات نموذج الدراسة، تم اعتماد: الدرجة (1) للإجابة غير موافق جدا، والتي عادة ما يتم الترتيب وفق هذا المقياس في الدراسات لكي يكون الوزن النسبي في هذه الحالة هو 20% وهو يتناسب مع الإجابة المرفوضة تماما. وقد تم تبني هذا التقسيم ليكون أكثر موضوعية من الوسط المطلق، ذلك لأننا نتعامل مع بيانات نوعية، تكون الإجابات فيها متأثرة بانطباعات شخصية تحتمل درجة من عدم الدقة.

#### 4- الاختبارات الخاصة بالإستبانة:

للتأكد من صدق الإستبانة تم القيام بما يلي:

- صدق الأداة: صدق الدراسة وهو مدى استطاعة أداة القياس القيام بما هو مطلوب قياسه وتم التأكد من صدق الأداة من خلال: (البحر و التنجي، 2014، صفحة 10)
- الصدق الظاهري: لقد تم التأكد من أن الفقرات التي تحتويها الإستبانة تؤدي إلى جمع بيانات دقيقة، وذلك للتأكد والتعرف على مدى فهم الكلمات المستخدمة، ودرجة سهولتها بالنسبة لعينة الدراسة وجوانب الموضوع الأساسية.
- صدق المحتوى: ويقصد به مدى تعبير فقرات الاستبيان عن أبعاد الدراسة، وأن كل بعد ممثل بشكل دقيق بمجموعة من الأسئلة تعكسه فعليا.
- ثبات الأداة: تم التأكد من ثبات الأداة من خلال:

الجدول 01: معاملات ألفا كرونباخ للمتغيرات المستقلة والتابعة

عدد العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	معامل ألفا كرونباخ	المتغير
33	0.749	3.57	0.957	المسؤولية الاجتماعية
6	0.819	3.40	0.804	البعد القانوني
15	0.789	3.65	0.936	البعد الاقتصادي
7	0.990	3.22	0.940	البعد الأخلاقي
5	1.016	3.35	0.937	البعد الخيري
52	0.653	3.73	0.973	تحقيق الأداء الكلي
13	0.755	3.49	0.906	تحليل المركز التنافسي في أسواق المؤسسة
9	0.817	3.73	0.920	الوجهة الإستراتيجية للأداء الكلي
10	0.658	3.85	0.934	الاهتمام بالعملاء
5	0.983	3.53	0.909	تحقيق الأداء الكلي
8	0.923	3.14	0.917	تطوير القوى البشرية الإدارية
7	0.844	3.35	0.895	التحيين الدائم للأداء
85	مجموع الأسئلة			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

#### 1-4 اختبارات ثبات نموذج الدراسة:

قمنا بحساب معامل الثبات لجميع متغيرات الدراسة، وهذا للتأكد من عدم الحصول بيانات خاطئة، و ضمان إعطاء النموذج لنفس النتائج فيما لو طبق مرة أخرى، وعليه نقول أن الأداة تصلح لجمع البيانات، والنتائج المتحصل عليها مستقرة. تم استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ بغرض حساب ثبات المقاييس مع استخدام برنامج (SPSS). وفي هذا الصدد نشير إلى أنّ قيمة معامل الارتباط ألفا تتراوح بين (0-1)، في حين أنّ النسبة المقبولة إحصائياً (معامل الاتساق الداخلي) في الدراسات الإدارية تبلغ (0.60).

تم التحصل من خلال الجدول أعلاه، على قيم معامل الثبات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ما بين (0.804-0.940)، ليصبح معامل الثبات للمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) بقيمة كلية قدرها (0.957). أما المتغيرات التابعة فقد كانت قيم معامل الثبات بين (0.895-0.9346)، و قيمة معامل الثبات ككل (0.973).

وبذلك نكون قد تأكدنا من صدق وثبات الإستبانة مما يجعلنا على ثقة تامة بصحتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

#### 5- تحليل ومناقشة المتغيرات

إن عملية تحليل ومناقشة المتغيرات المستعملة في الدراسة تكون من خلال عرض مقاييس النزعة المركزية، المتوسط الحسابي ومقاييس التشتت وهذا بالتركيز على الانحراف المعياري لجميع المتغيرات لتحديد معدل تمركز كل متغير في عينة الدراسة، ومعدل تشتته. حيث يبين الجدول الموالي الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من عبارات المسؤولية الإجتماعية (المتغير المستقل).

الجدول 02: الوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد القانوني للمسؤولية الإجتماعية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرمز	العبارات
0.844	3.35	B1	تلتزم المؤسسة بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف جوانب المسؤولية الإجتماعية.
0.900	3.47	B2	تطبق المؤسسة المعايير المتعلقة بالمسؤولية الإجتماعية.
0.871	3.26	B3	الممارسات المتبنات من طرف المؤسسة مسئولة اجتماعيا فيما يخص تكافؤ الفرص والمناقصات.
0.991	3.10	B4	المؤسسة تحرص على تبني مبدأ الشفافية في نشر تقاريرها والإطلاع عليها.
1.062	3.49	B5	تلتزم المؤسسة بالتشريعات الخاصة بالبيئة.
1.268	3.49	B6	تسعى المؤسسة إلى توافق منتجاتها مع المعايير والمواصفات القانونية المتعلقة بالجودة وقمع الغش.
0.819	3.40		البعد القانوني للمسؤولية الإجتماعية

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تمثل العبارات (من B1 إلى B6)، البعد القانوني للمسؤولية الإجتماعية ، ويتبين من خلال تحليلها ارتفاعها عن الدرجة المتوسطة للمقياس (ثلاث نقاط) واقترب العبارتين، "(B5)"، "(B6)" من الدرجة العالية له، وعليه فقد بلغ الوسط الحسابي للبعد القانوني للمسؤولية الإجتماعية (3.40) بانحراف معياري (0.819) ، هذا يظهر أنّ هناك اهتمام نسبي من طرف المؤسسة بتبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية بدرجة متوسطة. وذلك رغم ما جاءت به العبارتين (B3) و(B4) بمتوسط حسابي (3.26) و(3.10) على التوالي، وبانحراف معياري (0.871) و(0.991) على التوالي. وباللجوء إلى المقابلات الشخصية يظهر

## المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وأثرها على أداء مؤسسة صناعة الاسمنت ومشتقاته بالشلف

اعتراف المؤسسة بالدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية وهذا ما بينته العبارة (B1)، جاءت بمتوسط حسابي (3.35)، وانحراف معياري قدره (0.844)، أي بدرجة موافقة متوسطة. الجدول 03: الوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وقدرته على تحقيق أهداف المؤسسة

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
1.081	3.28	C1	المسؤولية الاجتماعية تتلاءم مع مختلف وظائف المؤسسة وأهدافها.
1.019	3.59	C2	تؤمن الإدارة العليا بأن للمسؤولية الاجتماعية القدرة على تفعيل التغيير الإداري والتنظيمي.
0.967	3.30	C3	تتفاعل المؤسسة مع المحيط الخارجي لدراسة عملياتها بالاعتماد على المسؤولية الاجتماعية.
0.950	3.86	C4	يعكس استخدام المسؤولية الاجتماعية رفع كفاءة العاملين مما يهدف إلى سرعة إنجاز العمل.
0.900	3.47	C5	تنسجم المسؤولية الاجتماعية مع متطلبات القرارات الإستراتيجية المتعلقة بتحقيق أهداف المؤسسة.
0.729	3.82	C6	تساعد المسؤولية الاجتماعية على تلبية رغبات العملاء.
1.015	3.90	C7	تعتبر المؤسسة أن المعلومات التي توفرها المسؤولية الاجتماعية عبارة عن مورد استراتيجي ومصدر أساسي للميزة التنافسية.
1.266	3.41	C8	تعمل المسؤولية الاجتماعية على تعزيز وبناء الثقافة التنظيمية.
1.024	3.45	C9	تكسب المسؤولية الاجتماعية مختلف الأقسام مرونة كافية في تحليل الأنشطة والعمليات وحل المشكلات التي تواجهها.
0.977	3.60	C10	المعلومات التي توفرها المسؤولية الاجتماعية توفر عائد مجدي يبرر تكلفتها.
0.881	3.66	C11	المسؤولية الاجتماعية تقوي الموقع التنافسي أي بخفض التكاليف.
0.772	3.94	C12	المسؤولية الاجتماعية تقوي الموقع التنافسي من خلال زيادة المبيعات.
0.871	3.76	C13	توجد لدى المؤسسة خطة واضحة حول تحليل الأنشطة ومحددة بأهداف معينة وتلتزم الإدارة بتطبيقها.
0.984	3.45	C14	تضبط المسؤولية الاجتماعية النفقات التشغيلية في المؤسسة من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج.
0.942	3.47	C15	تسهم المسؤولية الاجتماعية في خفض تكلفة الحصول على الموارد.
0.788	3.65		البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.



من خلال قراءة الجدول أعلاه فإن العبارات من C1 إلى C15، تمثل البعد الاقتصادي للمسؤولية الإجتماعية وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة، و يلاحظ أنها تقترب من درجة الموافقة العالية للمقياس (أربع نقاط)، وعليه بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل (3.65)، وبانحراف معياري (0.788)، هذا يوضح أنّ هناك درجة مرتفعة لهذا البعد. وكخلاصة يمكننا أن نقول أن المؤسسة تقوم بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لديها بشكل رشيد وممنهج؛ لتنتج في النهاية سلعا ذات جودة عالية ومستدامة.

الجدول 04: الوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأخلاقي

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرمز	العبارات
1.087	3.49	D1	تلتزم المؤسسة بالمحافظة على العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع
1.076	3.26	D2	تلتزم المؤسسة بالمساواة بين الجنسين كهدف من أهداف التنمية المستدامة
1.050	3.51	D3	تلتزم المؤسسة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة ومحاربة الفقر كهدف من أهداف التنمية المستدامة
1.228	3.34	D4	المساواة ما بين الأجيال بتطبيقها للهدف العاشر من أهداف التنمية المستدامة
0.936	3.18	D5	تملك المؤسسة نظاما صارما لمحاربة الفساد
1.010	3.31	D6	تتميز إعلانات المؤسسة بالمصداقية عند الترويج لمنتجاتها
1.126	3.34	D7	تقوم المؤسسة بإصدار تقرير سنوي خاص بتقييم الأداء الأخلاقي
0.990	3.22		البعد الأخلاقي للمسؤولية الإجتماعية للمؤسسة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من D1 إلى D7)، تحليل للبعد الأخلاقي للمسؤولية الإجتماعية للمؤسسة، حيث يلاحظ أن معظم العبارات ترتفع عن الدرجة المتوسطة للمقياس (ثلاث نقاط)، حيث جاءت العبارة (D1) بمتوسط حسابي (3.49)، أي بدرجة موافقة جيدة، وقد جاءت كل من العبارات (D2) و(D5) و(D6) مكتملة للعبارة (D1)، بمتوسط حسابي (3.26)، (3.18)، (3.31) على التوالي، أي بدرجة موافقة متوسطة.

إن تحليل البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ككل يظهر أن هذه الأخيرة تلتزم وبشكل طوعي بتطبيق الأهداف الخاصة بالتنمية المستدامة منها:

الهدف الأول وهو القضاء على الفقر من خلال العبارة D3 والهدفين الخامس والعاشر وهما المساواة بين الجنسين والحد من أوجه عدم المساواة على التوالي من خلال العبارتين D2، D4 .

الجدول 05: الوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الخيري

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
0.941	3.41	E1	تساهم المؤسسة في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس ومستشفيات وطرق وإسكان وبرامج إسكان
1.110	3.11	E2	تقدم المؤسسة المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلزال والفيضانات والحرائق
1.010	3.31	E3	تقدم المؤسسة الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية
1.079	3.27	E4	المؤسسة تدعم النشاطات الشبانية والثقافية (sponsor, mécénat)
1.060	3.77	E5	المؤسسة تقدم المساعدات المادية للبنائين
1.016	3.35	البعد الخيري للمسؤولية الإجتماعية	
0.749	3.56	المتغير المستقل: المسؤولية الإجتماعية	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من E1 إلى E5)، البعد الخيري للمسؤولية الإجتماعية، حيث يلاحظ أن معظم القراءات ترتفع عن الدرجة المتوسطة للمقياس (ثلاث نقاط)، حيث تعمل مؤسسة الاسمنت بالشلف على إعطاء هذا البعد أهمية كبيرة والذي تزيد من دعمها لأهدافها الإستراتيجية والمستدامة وهذا ما تأكده العبارة (E1)، والتي جاءت بمتوسط حسابي (3.41)، أي ضمن درجة الموافقة المتوسطة، كذلك ومن خلال هذه العبارة نلاحظ أن المؤسسة تلتزم بالمبدأ التاسع من مبادئ التنمية المستدامة وهو الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية. وقد نالت العبارة (E5)، المرتبة الأولى والتي جاءت ضمن درجة الموافقة الجيدة، بمتوسط حسابي (3.77) هذا ينعكس فعليا على الأداء الجيد للمؤسسة عينة الدراسة.

الجدول 06: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس تحليل المركز التنافسي في أسواق المؤسسة

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
1.022	3.77	F1	الأداء يساعد المؤسسة في زيادة فعاليتها مركزها التنافسي وزيادة المنافع المقدمة للعملاء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
1.098	2.55	F2	أداء المؤسسة الجيد يساعدها على تقديم خدمة متميزة وبتكاليف أقل.
0.870	3.62	F3	تقييم المركز التنافسي يمكن المؤسسة من تحقيق فجوة أكبر من منافسيها وتقاس بالفرق بين القيمة المدركة وتكاليف الإنتاج.

## هني طه

1.094	3.37	F4	تحليل البيئة الخارجية يمكن المؤسسة من السيطرة على عواملها.
0.941	3.77	F5	تعي المؤسسة تحليلاً هاماً لبيئتها الداخلية التي تؤثر على عملها.
1.074	3.52	F6	اغتنام المؤسسة لفرص كانت موجودة في السوق مكنتها من صياغة ترتيبات حيوية.
1.002	3.69	F7	اكتشاف المؤسسة لتهديدات كانت موجودة في السوق شجعها على وضع خطط بديلة وترتيبات لحالة الطوارئ.
1.014	3.62	F8	تعرف المؤسسة على نقاط قوتها مكنتها من تحقيق بعض النجاحات.
1.143	3.23	F9	معالجة المؤسسة لنقاط ضعفها مكنتها من تفادي خسائر محتملة.
1.241	2.86	F10	دراسة البيئة الخارجية والداخلية يساعد المؤسسة على تطبيق إستراتيجية تسمح لها بخلق قيمة بالتالي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
1.131	3.57	F11	المسؤولية الاجتماعية من الأدوات التي تستعملها المؤسسة في تحليل مركزها التنافسي.
0.978	2.98	F12	المركز التنافسي يساعد المؤسسة على تبني سياسات تنافسية.
0.876	3.93	F13	فعالية المركز التنافسي تقوم على تقييم الأداء الكلي للمؤسسة.
0.755	3.49		تحليل المركز التنافسي للمؤسسة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من F1 إلى F13)، بُعد تحليل المركز التنافسي للمؤسسة، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء الكلي، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة العالية، بمتوسط حسابي (3.49)، وبانحراف معياري (0.755)، وقد نالت العبارة (F13) المرتبة الأولى "فعالية المركز التنافسي تقوم على تقييم الأداء الكلي للمؤسسة" وذلك بمتوسط حسابي (3.93) وبانحراف معياري (0.876)، وهو جوهر هذه الدراسة والذي انطلق أساساً من أن المؤسسة عينة الدراسة تسعى إلى تحقيق مركز تنافسي في بيئة الأعمال بناءً على أدائها الجيد وتقييمه، والذي تحقق نتيجة العمليات الداخلية والاستراتيجيات التي تبنتها والمسؤولية الاجتماعية التي طبقتها،

## المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وأثرها على أداء مؤسسة صناعة الاسمنت ومشتقاته بالشلف

الجدول 07: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس الوجهة الإستراتيجية للأداء الكلي للمؤسسة

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
0.897	3.55	G1	تبنى المؤسسة أسس المسؤولية الاجتماعية لأجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة والتي يتوافق معها جميع العاملين.
0.741	4.12	G2	تعتبر المؤسسة المسؤولية الاجتماعية إستراتيجية مستدامة لها.
0.942	3.53	G3	موارد وكفاءات المؤسسة تمكنها من تنفيذ أنشطتها الرئيسية والداعمة.
0.967	3.66	G4	تحرص المؤسسة بشكل مستمر على تقليل الفجوة ما بين القيمة المدركة و مراعاة تكاليفها.
0.943	3.51	G5	تهتم المؤسسة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية من أجل تخفيض التكاليف.
0.898	3.43	G6	إن ترجمة سياسة وإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية إلى مجموعة من الأهداف القابلة للقياس يسمح للمؤسسة بخلق القيمة.
0.993	3.73	G7	تعمل المؤسسة على تحقيق المنافع المدركة أي القيمة التي يولمها المستهلك لمنتجاتها.
0.943	3.97	G8	توفر المؤسسة تشكيلة من المنتجات بناء على دراسة رغبات مستهلكيها.
1.003	3.93	G9	المنتجات المستدامة المقدمة من طرف المؤسسة تلي حاجات ورغبات أكبر عدد ممكن من العملاء والمحافظة عليهم لأطول فترة نسبيا.
0.817	3.73	الوجهة الإستراتيجية للأداء الكلي للمؤسسة	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من G1 إلى G9)، بُعد الوجهة الإستراتيجية للأداء الكلي للمؤسسة، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة العالية، بمتوسط حسابي (3.73)، وانحراف معياري (0.817)، إذ نجد أن المؤسسة تعتبر الوجهة الإستراتيجية للأداء الكلي رؤية إستراتيجية لتحقيق أهدافها المسطرة مسبقا، وهذا ما أكدته العبارة G2 "تعتبر المؤسسة المسؤولية الاجتماعية إستراتيجية مستدامة لها"، ولهذا تعمل جاهدة على تكافل كل الجهود وأن تعتمد على الاستخدام الأمثل لكافة مواردها وقدراتها البشرية المتاحة، معتمدة على سياسات وبرامج إستراتيجية متكاملة فيما بينها، كل هذا يمكنها من الوصول إلى تحقيق رغبات واحتياجات عملائها بتقديم منتجات مستدامة.

الجدول 08: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس الاهتمام بالعملاء

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
0.862	3.86	H1	نظام المسؤولية الإجتماعية يسعى لتحقيق النجاح المستدام من خلال تحقيق رضا عملاء المؤسسة.
0.806	3.45	H2	تقوم المؤسسة بإجراء دراسات وقياسات حول حاجات المستهلكين ورغباتهم وردود فعلهم وشعورهم واتجاهاتهم لتقديم منتجات تفوق توقعاتهم وتجعلهم أكثر شعورا بالرفاهية.
0.852	3.41	H3	تركز المؤسسة على دراسة رضا عملائها من خلال آراء عاملها باعتبارهم مستهلكين لمنتجاتها.
1.003	4.03	H4	المحافظة على العملاء الحاليين و جذب عملاء محتملين.
0.943	3.45	H5	تركز المؤسسة على إشراك عملائها لتحقيق قيمة المنتجات المرغوبة.
1.005	4.14	H6	تتخذ المؤسسة أسلوب رضا عملائها كمييار لنجاحها أو فشلها.
1.036	3.94	H7	من خلال عقد مقارنة مع المؤسسات في السوق تعمل المؤسسة على تلبية احتياجات عملائها مما يجعلهم مفتخرين بشراء منتجاتها.
0.969	3.81	H8	تحرص المؤسسة على التفاعل المستمر مع العميل من خلال الاتصال المباشر به.
0.934	3.61	H9	توجد في المؤسسة نظم وقواعد معطيات تحتفظ بمعلومات عن العملاء والأسواق C.R.M.
0.795	3.61	H10	يتم تطوير المنتجات بالأخذ بعين الاعتبار آراء العملاء.
0.658	3.85		الاهتمام بالعملاء

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من H1 إلى H10)، بُعد الاهتمام بالعملاء، وهذا الأخير تعتبر مهما من عناصر أصحاب المصلحة من حيث درجة اهتمام المؤسسة، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المرتفعة، بمتوسط حسابي (3.85)، وانحراف معياري (0.658). فالمؤسسة تقوم بالتركيز على الاهتمام بعملائها بدرجة جد عالية. وهذا ما تأكده العبارة (H1) "نظام المسؤولية الإجتماعية يسعى لتحقيق النجاح المستدام من خلال تحقيق رضا عملاء المؤسسة"، والعبارة (H2) "تقوم المؤسسة بإجراء دراسات وقياسات حول حاجات المستهلكين ورغباتهم وردود فعلهم وشعورهم واتجاهاتهم لتقديم منتجات تفوق توقعاتهم وتجعلهم أكثر شعورا بالرفاهية"، والعبارة (H5) "تركز المؤسسة على إشراك عملائها لتحقيق قيمة المنتجات المرغوبة"، والتي جاءت بمتوسطات حسابية (3.86)، (3.41)، (3.45)، على التوالي،

فباعتبار أن المؤسسة تركز على الاهتمام بعملائها في تحقيق الأداء، فهي تأخذ بالحسبان كل الإجراءات التي من خلالها تستطيع أن تقيس مدى رضاهم، وهذا ما تأكده العبارات (H6) " تتخذ المؤسسة أسلوب رضا عملائها كمعيار لنجاحها أو فشلها"، والعبارة (H7) "من خلال عقد مقارنة مع المؤسسات في السوق تعمل المؤسسة على تلبية احتياجات عملائها مما يجعلهم مفتخرين بشراء منتجاتها"، والعبارة (H8) "تحرص المؤسسة على التفاعل المستمر مع العميل من خلال الاتصال المباشر به"، والتي جاءت بمتوسطات حسابية (4.14)، (3.94)، (3.81)، على التوالي، أي ضمن درجة الموافقة العالية.

الجدول 09: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقاييس مؤشرات تحقيق الأداء الكلي

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
1.020	3.89	I1	ارتفاع الحصة السوقية النسبية مقياس للأداء الجيد.
0.959	3.70	I2	تلبية احتياجات العملاء دليل على الأداء الجيد.
0.878	3.14	I3	استدامة العملاء دليل على الأداء الجيد.
1.053	3.34	I4	تدنية تكاليف الإنتاج للمؤسسة دليل على أدائها الجيد.
1.053	3.62	I5	ارتفاع كفاءة المؤسسة وتحقيقها نتائج ايجابية دليل على الأداء الجيد.
0.983	3.53	مؤشرات تحقيق الأداء الكلي	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تبين العبارات (من I1 إلى I5)، مؤشرات تحقيق الأداء الكلي للمؤسسة، ويلاحظ أن العبارات ككل، جاءت بحدود درجة الموافقة العالية، بمتوسط حسابي (3.53)، وبانحراف معياري (0.983)، وقد نالت العبارة (I1) المرتبة الأولى "ارتفاع الحصة السوقية النسبية مقياس للأداء الجيد" بمتوسط حسابي (3.89) بدرجة موافقة عالية، ذلك لان الاهتمام بالعملاء باعتبارهم عنصر من عناصر أصحاب المصلحة هدف إستراتيجي للمؤسسة، وقد نالت العبارة (I2) المرتبة الثانية "تلبية احتياجات العملاء دليل على الأداء الجيد" وذلك بمتوسط حسابي (3.70) وبانحراف معياري (0.959)، وهذا ما تبينه نتيجة العبارة الأولى، أما العبارة (I5) فقد نالت المرتبة الثالثة "ارتفاع كفاءة المؤسسة وتحقيقها نتائج ايجابية دليل على الأداء الجيد" وذلك بمتوسط حسابي (3.62).

الجدول 10: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس تطوير القوى البشرية الإدارية

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
0.421	3.90	J1	تهدف المؤسسة من خلال توظيفها للعناصر المبدعة من توضيح مدى قدرتها على الاستغلال الأمثل لهم لتحسين أدائها الشامل.
0.000	3.23	J2	تحرص المؤسسة على استقطاب سياسات لتكوين العاملين و باستمرار .
0.501	3.26	J3	تبني المؤسسة أسلوب فرق العمل لتحقيق التعاون والجهود المشتركة، وإعطائها الحرية في العمل لتحقيق الأداء.
0.605	3.26	J4	تؤمن المؤسسة برامج تطوير مهارات العاملين على مختلف المستويات.
0.666	3.26	J5	تثمن المؤسسة آراء واقتراحات العاملين وتقوم بإسهامهم في حل المشاكل على كافة المستويات.
0.908	2.80	J6	تحفز المؤسسة عاملها ماديا وتثمن جهودهم وتشجعهم على أدائهم المتميز .
0.393	2.70	J7	المكافآت المعنوية كأداة لتحفيز العاملين وتشجيعهم.
0.796	2.74	J8	تشجيع المنافسة الايجابية بين العاملين بما يغرز تحقيق أهداف المؤسسة..
0.923	3.14		مقياس تطوير القوى البشرية الإدارية

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تبين العبارات (من J1 إلى J8)، مقياس تطوير القوى البشرية الإدارية ، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء فالتطوير والاهتمام المستمر بالعنصر البشري من أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الأمر الذي ينبغي على المؤسسة عينة الدراسة أن تحيطه بقدر كبير من العناية والتركيز. حيث يتحقق هذا الأخير من خلال انتقاء العناصر المبدعة عبر وضع نظام فعال للتسيير التقديري للمهن والكفاءات، واستقطاب سياسات لتكوين العاملين باستمرار، والعمل على وضع نظام تحفيزي لتشجيع العاملين على أدائهم المتميز وروح عملهم الجماعية المنطوية حول أهداف المؤسسة ككل. ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت بدرجة الموافقة المتوسطة، بمتوسط حسابي (3.14)، وانحراف معياري (0.923).

الجدول 11: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس التحيين الدائم للأداء

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
0.907	3.36	K1	تستخدم المؤسسة أفكار جديدة ومتطورة باستمرار لتحسين الأداء في كافة مجالات العمل.
0.898	3.45	K2	تساهم التكنولوجيا المستخدمة في المؤسسة على تبسيط عمليات الإنتاج والحد من تعدد الإجراءات التي لا قيمة لها للتقليل من الوقت الضائع قدر المستطاع.
0.851	3.77	K3	التحسين المستمر لأداء المؤسسة يكسبها ميزة تنافسية ويسهم في المحافظة عليها.
0.895	3.39	K4	تهدف المؤسسة إلى تحسين العلاقات مع كافة أصحاب المصالح، وتحقيق التماشي بين أهدافها وأهدافهم.
1.020	2.89	K5	الأفكار الجديدة والمتطورة تستخدم في تطوير الأداء.
0.974	3.12	K6	لدى المؤسسة القدرة على الاستجابة للمتغيرات البيئية والعمل على تحسين وتطوير أدائها باستمرار.
0.980	3.39	K7	إن الاتصال المباشر مع العملاء يكسب المؤسسة القدرة على فيلس مستوى رضاهم من خلال اقتنائهم لمنتجات المؤسسة .
0.844	3.35	التحيين الدائم للأداء	
0.652	3.73	المتغير التابع: تحقيق الأداء	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تبين العبارات (من K1 إلى K7)، بُعد التحيين الدائم للأداء، ويلاحظ أنها ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المتوسطة، بمتوسط حسابي (3.35)، وبانحراف معياري (0.844)، لهذا فإن التحيين الدائم يمثل أحد أهم المتطلبات التي يجب أن تعنى بها المؤسسة. وبالنظر إلى المتوسط العام للمتغير التابع (تحقيق الأداء)، والمبين في الجدول أعلاه، نجد أنه جاء ضمن درجة الموافقة العالية، وبوسط حسابي (3.75) وبانحراف معياري (0.655).



6- اختبار الفرضية ومناقشة نتائجها

من بين الاختبارات المستعملة هناك الاختبارات اللامعلمية مثل:

- معامل الارتباط سبيرمان أو معامل الارتباط حسب الرتب، ويستخدم من أجل معرفة فيما إذا كان هناك ارتباط بين متغيرين أو أكثر، وكذا قياس درجة الارتباط بينهما انطلاقاً من البيانات الملاحظة، وتتراوح قيمة معامل الارتباط بين الصفر والواحد، وقد تم استخدام معامل الارتباط في الدراسة الحالية حيث أن كلا المتغيرين من الصنف النوعي الترتيبي أي عبارة عن قياسات على سلم إحصائي على شاكلة سلم ليكرت وذلك لمعرفة طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل المسؤولية الإجتماعية، والمتغير التابع تحقيق الأداء، وكذا قياس درجة الارتباط بينهما. وقد حددنا قوة الارتباط كما يلي:

الجدول 12: نتائج اختبار معامل الارتباط حسب الرتب

المسؤولية الإجتماعية	تحقيق الأداء			
	البعد القانوني	البعد الاقتصادي	البعد الأخلاقي	البعد الخيري
تطبيق المسؤولية الإجتماعية	0.289*	0.552**	0.527**	0.528**
تحليل المركز التنافسي في أسواق المؤسسة	0.296**	0.385**	0.170	0.334**
الاهتمام بالعملاء	0.643**	0.707**	0.291*	0.349**
تحقيق الأداء الكلي	0.300**	0.646**	0.354**	0.351**
تطوير القوى البشرية الإدارية	0.647**	0.673**	0.568**	0.573**
التحيين الدائم للأداء	0.559**	0.461**	0.512**	0.597**
0.627**	تحقيق الأداء			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال تحليل نتائج الجدول أعلاه نقول أن هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية نوعاً ما بين المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات وتحقيق الأداء، وبلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (0.627).

هذه القيمة أجابت على مشكلة الدراسة المنطلقة من الفرضية التالية:

هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0.05$  لتطبيق المسؤولية الإجتماعية على تحقيق الأداء في المؤسسة عينة الدراسة.

- اختبار مدى صلاحية النموذج:

أول شيء يجب فعله عند اختبار مدى صلاحية النموذج هو التحقق مما إذا كان هذا الأخير يشرح قدراً أكبر من التباين في المتغير التابع بمعنى آخر، يجب علينا أخذ القرار فيما يخص فرضية العدم  $H_0$ :

لا يوجد هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $\alpha=0.05$  لتطبيق المسؤولية الإجتماعية على تحقيق الأداء في المؤسسة عينة الدراسة.

ولتخاذ هذا القرار يجب علينا القيام بتحليل النتائج وفق الجدول التالي:

الجدول 13: نتائج اختبار ANOVA<sup>a</sup>

المتغير المستقل	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد $R^2$	معامل التحديد المعدّل	الخطأ المعياري للتقدير	قيمة (F)	مستوى الدلالة Sig	درجات الحرية df
المتغير المستقل	0.760 <sup>a</sup>	0.579	0.556	0.432	24.560	0.000 <sup>b</sup>	75

a. Dependent Variable: Y تحقيق الأداء.

b. Predictors: (Constant), المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول أعلاه، أنّ هذا النموذج يتمتع بالصلاحية في اختبار العلاقة التأثيرية لتطبيق المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات على تحقيق الأداء ، حيث بلغت قيمة F (24.560)، وبمستوى معنوية (0.00)، وهي أقل من (0.05) مما يعني رفض فرضية العدم  $H_0$ . وببيّن الجدول أيضاً، أنّ معامل الارتباط بين المتغيرين قد بلغ (0.760)، وأنّ معامل التحديد بلغ (0.579)، وهذا يعني أنّ تطبيق المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات ، يفسر ما مقداره (57.9%) من تحقيق الأداء.

تحليل الانحدار:

يسمح تحليل الانحدار بمعرفة ما إذا كانت المعاملات المعيارية تفسر العلاقة ما بين المتغيرات التابعة والمستقلة. كما يسمح تحليل المعاملات اللامعيارية بتشكيل معادلة خط الانحدار كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 14: معاملات الانحدار لأثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات على تحقيق الأداء

الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة Sig	T	المعاملات المعيارية	المعاملات غير المعيارية		النموذج Model
			Standardized Coefficients	Std.Error	معاملات B	
	0.000	6.147		0.277	1.766	الثابت
معنوي	0.000	6.962	0.627	0.076	0.537	المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات

a. Dependent Variable: Y تحقيق الأداء

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال الجدول أعلاه نستطيع أن نقول أن المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات (X) تؤثر طرذاً على تحقيق الأداء (Y) وعليه يمكن استخلاص معادلة خط الانحدار كما يلي:

$$Y = 0.537X + 1.766$$

#### خاتمة:

ارتأينا من خلال تحليل معطيات دراستنا الميدانية تأثير المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات على تحقيق الأداء في مؤسسة صناعة الاسمنت بالشلف. حيث استندت هذه الدراسة على تصميم إستبانة وزعت على عدد من العمال داخل المؤسسة، ومن خلال تحليل البيانات ونتائج البحث استخلصنا أن المؤسسة عينة الدراسة تعير أهمية بالغة للمسؤولية الإجتماعية للمؤسسات بكافة أبعادها وعليه فإنها تؤثر ايجابياً في تحقيق الأداء، هذا ما يؤدي إلى تعزيز ميزتها التنافسية بالتالي استدامة منتجاتها.

من جهة أخرى، خلصنا إلى أن تطبيق المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات في مؤسسة صناعة الاسمنت بالشلف، خصوصاً وأنها تتوفر على المهارات الفنية والتقنية التي تدل على حرصها على جلب العنصر البشري الكفاء، و تلجأ إلى وضع برامج تعليمية للأفراد العاملين والتي تعمل على الرفع من مستواهم العلمي، وكذلك دعم المراكز العلمية ومراكز التعليم، وأيضاً تلجأ إلى تقديم مكافآت وحوافز للعاملين المتميزين وكذلك إلى تشجيع العاملين على إكمال دراستهم من خلال منح جزئية وكلية وبالتالي توافر أهم متطلبات المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات.

## Bibliographie

1. Capron, M., & Pascal, P. (2011). *Responsabilité sociale des entreprises et diversité des capitalismes*. Paris.
2. Roko, L. P., & Isaac Opusunju, M. (2016, Octobre). Value chain and performance in agro allied small and medium scale enterprise Sokoto State, Nigeria. *International Journal of Business and Social Research*.
3. STIGLITZ, J., SEN, A., & FITOUSSI, J.-P. (2016). Mesure des performances économiques et du progress social réexaminé, Réflexions et vue d'ensemble des questions abordées.
4. أحمد، أ. (2018). الشراكة والمسؤولية المجتمعية للمؤسسات المالية، الماهية والمجالات والتطور التاريخي. قطر.
5. البحر، ع. & التنجي، م. (2014). التحليل الإحصائي للاستبيانات برنامج IBM SPSS. مركز الدراسات الاحصائية والسياسات العامة.
6. الصيرفي، م. (2007). المسؤولية الاجتماعية للإدارة. الإسكندرية مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر.
7. الغالي، م.، العامري، ص. م. & طاهر، م. (2006). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. عمان الأردن دار وائل للنشر والتوزيع.
8. المعايطة، ص. & الحموري، ر. (2015). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من الألف إلى الياء. عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة.
9. حضور، ر. (2011). المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال ندوة الثلاثاء الاقتصادي الرابع والعشرين للتنمية الاقتصادية والاجتماعية. سورية: جمعية العلوم الاقتصادية سورية.
10. سالم، ا. ر. (2010). أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية العاملة. عمان، الأردن.
11. عمر، ع.، بوزيد، ا. & مولاي لخضر، ع. ا. (2012). دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمييار لقياس الأداء الاجتماعي. بشار.
12. نجم، ن. ع. (2006). أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في الشركات الأعمال. عمان الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.