

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنافسية المستدامة - دراسة على عينة من المؤسسات الجزائرية -

***The impact of Social Responsibility on achieving sustainable competitiveness -A field study on a Sample of Algerian Companies-***

قصايي الياس<sup>1\*</sup> ، رحالية بلال<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة باجي مختار - عنابة (الجزائر)، [lyes2711@yahoo.com](mailto:lyes2711@yahoo.com)

<sup>2</sup> جامعة سوق اهراس (الجزائر) [bilel0702@yahoo.fr](mailto:bilel0702@yahoo.fr)

تاريخ النشر: 2022/01/31

تاريخ القبول: 2021/12/09

تاريخ الاستلام: 2021/05/19

**ملخص:**

تهدف هذه الدراسة الى قياس وتحليل أثر ابعاد المسؤولية الاجتماعية على التنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية ومن اجل تحقيق ذلك قمنا بتوزيع استمارة الدراسة على عينة مكونة 150 مؤسسة، تم معالجة البيانات وتحليلها عن طريق برنامج الحزم الاحصائية SPSS، خلصت الدراسة الى وجود اهتمام من طرف عينة الدراسة بمتغيري المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة، وكذلك الى وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية. **كلمات مفتاحية:** ابداع، تنافسية مستدامة، جودة، مرونة تشغيلية، مسؤولية اجتماعية.

**Abstract:**

*This study aims at measuring and analyzing the impact of Social Responsibility to achieve sustainable competitiveness, in Algerian companies, in order to achieve that we selected a random sample of 150 firms of the study population, questionnaires were distributed to managers of the firms; Data were processed using SPSS.*

*The study concluded that the Social Responsibility is a subject of interest, along with sustainable competitiveness; it also found out that there is a relationship between Social Responsibility and sustainable competitiveness in Algerian Companies*

**Keywords:** Social Responsibility, sustainable competitiveness, Operational flexibility, Quality, innovation.

## 1. مقدمة:

ادت التطورات الاقتصادية والاجتماعية المتسارعة التي يشهدها العالم في الى بروز مفاهيم جديدة في عالم الاعمال ولعل من بينها مفهوم المسؤولية الاجتماعية ودورها في الرفع من كفاءة وتنافسية المؤسسات الاقتصادية التي لم تعد تعتمد في سمعتها وتقييم ادائها على المعايير الخاص بمستوى ربحيتها ومركزها المالي مدركة بذلك الدور المجتمعي الذي يمكنها ان تلعبه من خلال توسيع نشاطاتها الى ابعاد من الجوانب الانتاجية والخدمية ليتعداه الى مراعاة الجوانب الاجتماعية والبيئية وهذا بهدف انشاء بيئة عمل مناسبة تتماشى والتطورات الحاصلة في عالم اليوم، ولعل ابرز مظهر الاستجابة لهد التطورات هو اتجاه المؤسسات الاقتصادية الى الاهتمام بالمفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

فاهتمام المؤسسات الاقتصادية وتبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية سوف يحسن صورتها وسمعتها في السوق ويعمل على زيادة مستوى الرضا لدى اصحاب المصالح ما يؤدي الى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة تمكنها من زيادة حصتها وتواجدها في السوق وبالتالي زيادة حصتها السوق ما يؤثر ايجابا على مستوى الارباح، هذا التوجه يتطلب وعيا كبير من افراد المؤسسة بمتطلبات المسؤولية الاجتماعية وبدرجة أكبر التزاما بتطبيق ابعادها المختلفة.

**مشكلة الدراسة:** يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

- ما مدى اهتمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية؟
- ما مدى اهتمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بأبعاد التنافسية المستدامة ؟
- هل هناك علاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية؟

**فرضيات الدراسة:** من أجل الاجابة على التساؤلات السابقة تتم صياغة الفرضيات التالية :

- لا يوجد اتفاق عام حول من قبل المبحوثين تبني المؤسسات الجزائرية أبعاد المسؤولية الاجتماعية عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .
- لا يوجد اتفاق من قبل المبحوثين حول اهتمام المؤسسات الجزائرية بالتنافسية المستدامة عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

**أهداف الدراسة:** تتمثل الاهداف التي تسعى الدراسة الى الوصول اليها فيما يلي:

- تسليط الضوء على واقع تطبيق ابعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية بما يساعدها على تحقيق الاهداف المسطرة.
  - تسليط الضوء على واقع ادراك المؤسسات الاقتصادية لأبعاد التنافسية المستدامة من اجل ضمان استمرارية نشاطها.
  - تبيان العلاقة التي تربط بين المسؤولية الاجتماعية بمختلف ابعادها والتنافسية المستدامة.
  - دراسة وتحليل اثر المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق التنافسية المستدامة.
- أهمية الدراسة:** تنبع اهمية الدراسة مكن الدور المتنامي الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية كعامل من العوامل التي تساعد في تحقيق التنافسية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية، وعليه تتلخص اهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تبيان المفاهيم المرتبطة بمصطلح المسؤولية الاجتماعية وابعادها وكيفية تطبيقها وعوامل نجاحها.
- توضيح مفهوم التنافسية المستدامة واهميته كهدف من الاهداف التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها.
- مساعدة مسيري المؤسسات على فهم وتوضيح واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.
- تبيان العلاقة التي تربط بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية.

#### **الدراسات السابقة:**

- دراسة (الرديدة والعزام 2015) حول موضوع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في البنوك الاردنية واثرا على الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في البنوك الاردنية واثرا على الميزة التنافسية، وقد قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية عن طريق القيام بتوزيع (170) استمارة على عينة من موظفي البنوك الاردنية وبعد القيام بجمع البيانات ودراستها وتحليلها عن طريق برنامج الحزم الاحصائية توصلت الدراسة الى وجود اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية للبنوك، والى وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية وبين الميزة التنافسية بالبنوك محل الدراسة.
- دراسة (القرنة 2014) حول موضوع أثر أبعاد المنظمة الريادية في تحقيق التنافسية المستدامة دراسة ميدانية في المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مدينة عمان حيث هدفت هذه الدراسة الى قياس أبعاد المنظمة الريادية في تحقيق التنافسية المستدامة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وقد قام

الباحث بإجراء دراسة ميدانية عن طريق القيام بتوزيع (156) استمارة على عينة من العاملين وبعد القيام بجمع البيانات ودراستها وتحليلها عن طريق برنامج الحزم الاحصائية توصلت الدراسة الى عدة نتائج ابرزها وجود تأثير ذي دلالة احصائية لأبعاد المنظمة الريادية في تحقيق التنافسية المستدامة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مدينة عمان.

- دراسة (القرني2014) حول موضوع معوقات الافصح عن المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال السعودية من وجهة نظر المدققين الخارجيين حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية على عينة من المدققين الخارجيين ومسؤولي الشركات من خلال القيام بتوزيع (210) استمارة بحث وبعد القيام بجمع البيانات ودراستها وتحليلها عن طريق برنامج الحزم الاحصائية توصل الباحث الى وجود عدة معوقات خاصة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية منها معوقات تنظيمية، تشريعية، مهنية، ثقافية، مالية وادارية.

وعليه قدم الباحث مجموعة من التوصيات تهمها ضرورة بناء اطار تنظيمي لتطبيق وممارسة المسؤولية الاجتماعية.

ولعل أبرز ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة هو تناولها لموضوع المسؤولية الاجتماعية واثرها على التنافسية المستدامة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية مع ملاحظة قلة الدراسات التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية واثرها على التنافسية المستدامة وتطبيقاتها في القطاع الاقتصاد بشكل عام وعلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص.

## 2. الاطار النظري:

### 1.2 المسؤولية الاجتماعية:

**تعريف المسؤولية الاجتماعية:** حسب التعريف المقدم من البنك العالمي فان المسؤولية الاجتماعية هي "التزام اصحاب الاعمال بالمساهمة في التنمية المستدامة بهدف تحسين مستويات المعيشة بما يحقق الفائدة للتنمية والاعمال في ان واحد" (مراد خالد الرديده، انور تهر العزم، 2015)

فالمسؤولية الاجتماعية تعبر عن مدى التزام المؤسسة تجاه المجتمع والبيئة المحيطة بجميع مكوناتها الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية من خلال مساهمتها في الانشطة المجتمعية والعمل على ايجاد حلول للمشاكل التي يعيشها المجتمع كمحاربة الفقر والتخفيض من البطالة والرعاية الصحية ومحاربة التلوث ومشاكل السكن والنقل، فمصطلح المسؤولية الاجتماعية المستخدم لا يرتبط بشكل مباشر بالتزام او واجب يتم فرضه على

المؤسسة وإنما هي مسؤولية تتحملها المؤسسة تجاه المجتمع بشكل طوعي و ارادي (Mobin Fatma a, 2016),

قدم كارول، إطارًا حدد فيه المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها "المسؤولية الاجتماعية للأعمال التي تشمل التوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتقديرية التي لدى المجتمع من المنظمات ، وذكر كذلك أن هذه المسؤوليات متروكة لاختيار المديرين، وبعض الأنشطة تسترشد برغبة الشركة في الاضطلاع بدور اجتماعي لا يفرضها القانون أو متوقعًا من الشركة (Mohr, 2001) .

كما تم تقديم تعريف آخر للمسؤولية الاجتماعية من طرف المفوضية الأوروبية "المسؤولية الاجتماعية للشركات هي مفهوم حيث تقوم الشركات بدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي" (Campbell, 2007) .

**أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية:** يمكن تحديد الأبعاد المكونة للمسؤولية الاجتماعية في العناصر التالية: (محمد، 2007، صفحة 125)

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه الملاك:** تعتبر فئة الملاك من الفئات التي تسعى المؤسسة الى تحقيق اهدافها وتتمثل هذه الاهداف في تحقيق الارباح وزيادة عوائد الاسهم، توسيع الحصة السوقية وزيادة نمو المؤسسة. (شفيق،، 2006، صفحة 81)

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين:** يتمثل هذا البعد في مدى اهتمام المؤسسة بالعنصر البشري من طريق القيام بتوظيف احسن الكفاءة والرفع من الاداء الوظيفي لهم وتوفير ظروف العمل الملائمة، منح اجور محفزة نظام، ترقية مرن، وضع برامج تكوين حديثة، مشاركتهم في اتخاذ القرارات.

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه الدولة:** يتمثل هذا البعد في مدى التزام المؤسسة بتطبيق القوانين والتشريعات التي تصدرها الدولة وكذلك مدى وفائها بالتزاماتها تجاهها والمتمثلة في دفع الضرائب المستحقة وتوظيف اليد العاملة وتمثيل الدولة احسن تمثيل في المحافل الاقتصادية بالإضافة الى مدى التزامها بتطبيق السياسات الاقتصادية والاجتماعية لدولة.

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين:** العلاقة التي تجمع بين المؤسسة ومورديها هي علاقة مصالح متبادلة ولعل اهم ما ينتظر من هذه العلاقة هو احترام بنود العقود المبرمة بين الطرفين وخاصة ما تعلق باحترام اجال التموين والاسعار المتفق عليها واجالا تسديد المستحقات. (مهدي، 2005، صفحة 81)

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء:** ان اهم ما ينتظر العملاء من المؤسسة هو تقديم منتجات

ذات نوعية جيدة وبأسعار مناسبة وامنة عند الاستعمال وملبية لحاجات ورغبات المستهلكين بالإضافة الى ذلك توفير خدمات ما بعد البيع واعتماد سياسة تسويقية مناسبة. (عباس، 2000، صفحة 95)

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:** يتمثل هذا البعد في مدى احترام المؤسسة في تقليل احترام القوانين والتشريعات الخاصة بالجانب البيئي ومدى التزام المؤسسة بتطبيق المعايير المعمول بها في المجال البيئي عن طريق تشجيع نشر استخدام الطاقات المتجددة وترشيد استعمال المواد غير القابلة للتجدد والمحافظة على الموارد الطبيعية والثروات النابضة.

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:** يتمثل هذا البعد في تجسيد قوة العلاقة بين المؤسسة والتي تشمل: المساهمة في دعم البنية التحتية، العمل على تخفيض نسبة البطالة، دعم النوادي الرياضية والانشطة الترفيهية، تقديم الدعم المادي والمعنوي لمؤسسات المجتمع المدني وجمعيات ذوي الاحتياجات الخاصة الى غير ذلك من الاعمال.

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين:** ينتظر المنافسون من المؤسسة الالتزام بتطبيق القوانين والتشريعات الخاصة بالمنافسة والالتزام بالمعايير الاخلاقية والمهنية المؤدية الى منافسة عادلة ونزيهة.

## 2. التنافسية المستدامة:

**1.2 تعريف التنافسية المستدامة:** تعرف التنافسية على انها قدرة المؤسسة على التوصل الى اكتشاف طرق جديدة اكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين تعطيها ميزة تجعلها فريدة ومتميزة عن الاخرين، حيث بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا ما يعطيها قدرة على الابداع.

فالتنافسية المستدامة هي عنصر تفوق بالنسبة للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة اتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس المستمر وهي تنشأ بمجرد توصل المؤسسة الى طرق واساليب اكثر فعالية من تلك المستعملة. (خليل، 1996، صفحة 39)

## 2.2 أبعاد وعناصر التنافسية المستدامة: تتمثل ابعاد التنافسية المستدامة في العناصر التالية:

- **بعد التكلفة:** تعمل المؤسسات على الرفع من حصصها السوقية وتعظيم ارقام اعمالها بهدف تحقيق اكبر الارباح من خلال التحكم في تكاليف انتاج المنتجات المطروحة للبيع ووصولها الى المستهلكين باقل تكلفة

- **بعد ابداع المنتج:** يتركز هذا البعد في قيام المؤسسة بالأعمال بطرق حديثة ومبتكرة لا تتوفر لدى المنافسين، فالإبداع هنا هو عبارة عن أفكار واساليب جديدة تهدف الى إيجاد حلول لمشكلات تقنية أو ادارية معينة، ومن هنا يتم التركيز على عدة انواع من الابداع منها الابداع التكنولوجي بمعنى تحويل افكار

معينة الى سلع ومنتجات قابلة للتسويق، الابداع التنظيمي يقصد به ايجاد طرق ادارية وتنظيمية تساعد على كفاءة ومرونة الاداء.

-بعد الجودة: تعتبر الجودة من بين المكونات الرئيسية للميزة التنافسية للمؤسسة اذ تهدف الى تقديم المنتجات

بجودة عالية وملبية لرغبات العملاء وحاجيتهم وبالتالي فالجودة معيار اساسي لبقاء المؤسسة في السوق

-بعد المرونة التشغيلية: يركز هذا البعد على مدى قدرة المؤسسة على الاستجابة للتغيرات العملياتية

الحاصلة على مستوى الانتاج وذلك استجابة لرغبات وتطلعات العملاء، ويتطلب هذا البعد ان تعمل

المؤسسة على تحقيق مرونة المنتج، مرونة الزيج، مرونة التسليم، مرونة الكمية،

-بعد اجال التسليم: يركز هذا البعد على مدى قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء فيما

يتعلق بأجال تسليم الطلبات، حيث يعتبر هذا المعيار من بين الركائز الاساسية للتنافسية بين المؤسسات،

فاحترام المؤسسة لأجال التسليم المحددة والعمل على تخفيضها الى اقصى حد ممكن يحسن من صورة المؤسسة

ويزيد مكانتها في السوق

### 3. الدراسة الميدانية:

#### 1.3 الاطار المنهجي للدراسة الميدانية:

أ. منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهجين الوصفي والتحليلي لجمع البيانات وتبويبها وعرضها

وتحليلها وتفسيرها من اجل الوصول الى الاهداف المرجوة من الدراسة واعطائها الصفة العلمية.

ب. أداة الدراسة: تم الاعتماد في اعداد اداة الدراسة على الادبيات التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية

والتنافسية المستدامة حيث قام الباحث بتطوير استمارة اعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وقسمت

الاستمارة الى ثلاث اقسام رئيسية هي:

-القسم الاول: خصص لجمع المعلومات الشخصية لأفراد العينة ويتضمن 05 فقرات

-القسم الثاني: خصص لجمع المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية ويتضمن 40 فقرة موزعة كما يلي:

المسؤولية الاجتماعية تجاه الملاك 05 فقرات، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين 05 فقرات، المسؤولية

اجتماعية تجاه الدولة 05 فقرات، المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين 05 فقرات، المسؤولية الاجتماعية تجاه

العملاء 05 فقرات، المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة 05 فقرات، المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع 05 فقرات،

المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين 05 فقرات

-القسم الثالث: خصص لجمع المعلومات المتعلقة بالتنافسية المستدامة ويتضمن 20 فقرة موزعة كما يلي:

بعد التكلفة 04 فقرات، بعد ابداع المنتج 04 فقرات، بعد الجودة 04 فقرات، بعد المرونة التشغيلية 04 فقرات، بعد اجال التسليم 04 فقرات.

ج- اختبار ثبات وصدق المفردات: لقد تم استخدام اختبار (كرونباخ ألفا) Alpha Cronbach لقياس مدى ثبات أداة القياس والاتساق الداخلي بصيغته النهائية الكلية، ولكل متغير بجميع أبعاده باستعمال برنامج spss كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة

اسم المتغير والبعد	تسلسل الفقرات	معامل الثبات (ألفا كرونباخ)
المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية)	45-06	0.703
المتغير التابع (التنافسية المستدامة)	65-46	0.712
الاستمارة ككل	65-06	0.709

المصدر: إعداد الباحثين

نلاحظ من الجدول رقم (01) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة مقارنة بالحد الأدنى المقبول الذي يقدر بـ 67% حتى تكون الأداة مقبولة وقادرة على رصد المتغيرات، وقد كانت قيمة ألفا كرونباخ للمتغير المستقل: 0.703 وللمتغير التابع: 0.712، كما قدرت قيمتها بالنسبة للاستمارة ككل بالقيمة: 0.709 هي نسبة ثبات عالية ومقبولة لأغراض إجراء الدراسة.

د- أساليب التحليل الاحصائي: بعد القيام بجمع البيانات وتصنيفها وتبويبها تمت معالجتها بواسطة برنامج الحزم الاحصائية Spss باستخدام أساليب التحليل الاحصائي المتمثلة في المتوسطات الحسابية لتحديد اجابات افراد العينة واهمية كل فقرة من فقرات الاستمارة والانحرافات المعيارية لقياس انحرافات الاجابات عن متوسطاتها الحسابية كما تم استخدام التكرارات والنسب المئوية ومعامل الفا كارونباخ لاختبار ثبات واتساق متغيرات الدراسة، بالإضافة الى ذلك تم اختبار دلالة الفروق الاحصائية بين متغيرات الدراسة باستخدام التباين الاحادي (اختبار T)

هـ- مجتمع وعينة الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة في المؤسسات العاملة ضمن نطاق ولاية عنابة، حيث تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 170 مؤسسة تم توزيع استمارة واحدة لكل مؤسسة حتى تتم تغطية العينة المدروسة بشكل كامل وقد تم توزيع الاستمارات على فئة المديرين ورؤساء الاقسام والاداريين لاعتقاد الباحث أن هذه الفئات هي الأقدر على تفهم طبيعة الدراسة وأبعاده وتعتبر أكثر إلماما بالسياسات العامة للمؤسسة والمعنية باتخاذ الإجراءات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وأثرها على التنافسية المستدامة، وتم استعادة 158 استمارة وقد تم استبعاد 08 استمارات لعدم صلاحيتها للدراسة وعليه فالاستمارات المقبولة والصالحة للتحليل بلغت 150 استمارة، وبنسبة 88.23% من الاستمارات الموزعة وهي نسبة معتبرة ودالة احصائيا.



هـ- قياس اتجاهات اجابات عينة الدراسة : لتحديد اتجاه إجابات عينة الدراسة تم الاعتماد على المعايير التالية، متوسط الإجابات لكل محور من محاور الدراسة التي كانت تقاس عبر السلم ليكرت الخماسي والمبينة في:

الجدول رقم (02) قياس اتجاهات اجابات العينة المدروسة وفقا لمقياس ليكرت

المتوسط المرجح	1- 1.8	1.81 - 2.6	2.61 - 3.4	3.41 - 4.2	4.21 - 5
الاتجاه	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين

حسب سلم ليكرت الخماسي نقسم الأوزان الخاصة بالعبرة قصد التحليل إلى خمسة مجالات وعليه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات في المجال (1-1.80) فيكون مستوى التصورات في الاتجاه (غير موافق بشدة) لأفراد العينة المبحوثة على الفقرة، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي محصورة بين (1.80-2.59) فإن مستوى التصورات يعبر عن الاتجاه (غير موافق) لأفراد العينة المبحوثة، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل في المجال (2.60-3.39) فيكون مستوى التصورات في الاتجاه (محايد)، أما إذا كان المتوسط محصور بين قيمتين (3.40-4.19) فيكون الاتجاه العام للفقرة (موافق) لأفراد العينة المبحوثة ويكون الاتجاه العام (موافق بشدة) إذا كان متوسط الحسابي للفقرة محصور في المجال (4.20-5.00).

**2.3 تحليل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:** فيما يلي وصف لعينة الدراسة التي تم توزيع الاستبيانات عليها:

الجدول رقم (03) وصف الخصائص الديموغرافية عينة الدراسة

التحليل الإحصائي		الخصائص الديموغرافية	
النسبة المئوية %	التكرار		
73.33%	110	ذكر	الجنس
26.67%	40	أنثى	
100%	150	المجموع	
33.33%	50	20 - أقل من 30 سنة	العمر
43.33%	65	30 - أقل من 40 سنة	
16.67%	25	40 - أقل من 50 سنة	
6.67%	10	50 سنة فأكثر	
100%	150	المجموع	
10%	15	ثانوي	المؤهل العلمي
10%	15	بكالوريا	
80%	120	شهادة جامعية	
100%	150	المجموع	

76.67%	115	مدير	المركز الوظيفي
16.67%	25	رئيس قسم	
6.66%	10	اداري	
100%	150	المجموع	
16.67%	25	أقل من 05 سنوات	الاقدمية
30%	45	05 إلى 10 سنوات	
50%	75	10 إلى 20 سنة	
3.33%	05	20 سنة فأكثر	
100%	150	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين

يبين الجدول رقم (03) نتائج توزيع افراد العينة المدروسة تبعا للمتغيرات الوصفية فمن خلا متغير الجنس نجد أن أكبر المستجوبين كان من الذكور بنسبة: 73.33% ونسبة 26.67% إناث ويرجع تفسير ذلك إلى أن النسبة الأكبر من مسيري المؤسسات هم من الذكور، فيما يتعلق بمتغير العمر احتلت الفئة العمرية (30 - أقل من 40 سنة) سجلت أعلى نسبة ب: 43.33% تليها الفئة العمرية (20 - أقل من 30 سنة) بنسبة تقدر بـ 33.33% وفي احتلت الفئة العمرية (40 - أقل من 50 سنة) المرتبة الثالثة بنسبة تقدر بـ: 16.67% أما المرتبة الاخيرة فاحتلتها الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) بنسبة تقدر بـ: 6.67%. مما يدل على ان الغالبية العظمى من مسيري المؤسسات هم من فئة الشباب وهو ما يعكس توجهات السياسة الاقتصادية لمنح الفرصة للفئات الشابة ممن اجل انشاء المؤسسات خدمة للاقتصاد الوطني.

كما يبين الجدول (03) كذلك توزيع افراد العينة المدروسة من خلال متغير المؤهل العلمي فحسب النتائج التي تم التوصل اليها فان افراد عينة الدراسة اغلبهم يتميزون بمستوى علمي مرتفع حيث بلغت نسبة المتحصلين على شهادات جامعية بنسبة 80% من اجمالي افراد العينة المدروسة تليها في المرتبة الثانية المتحصلين على شهادة البكالوريا بنسبة 10% وفي الاخير تأتي الفئة المتحصلة على المستوى الثانوي بنسبة تقدر بـ: 10%، هذه النتائج تعكس مدى ادراك افراد عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة بأبعادهما المختلفة.

أما فيما يتعلق بالمركز الوظيفي فان اغلب افراد العينة يحتلون مناصب قيادية في المؤسسة حيث بلغت نسبة المستجوبين من فئة المديرين 76.67% محتملة بذلك المرتبة الاولى أما فئة رؤساء الاقسام فاحتلت المرتبة الثانية بنسبة 16.67%. واخيرا احتلت فئة الاداريين المرتبة الثالثة بنسبة تقدر بـ: 6.66% وهذا ما يعكس ان افراد العينة المدروسة اغلبهم يحتلون مناصب قيادية داخل مؤسساتهم وبالتالي لهم القدرة على فهم واستيعاب وتطبيق ابعاد المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتهم.

كما يبين الجدول السابق كذلك توزيع افراد العينة المدروسة بحسب اقدميتهم فيلاحظ ان الفئة ذات الاقدمية من 10 إلى 20 سنة احتلت المرتبة الاولى بنسبة تقدر بـ: 50% تليها في المرتبة الثانية الفئة ذات الاقدمية 05 إلى 10 سنوات بنسبة 30% وحلت ثالثا الفئة ذات الاقدمية أقل من 05 سنوات بنسبة تقدر بـ: " 16.67% لتاتي في المرتبة الرابعة الفئة ذات الاقدمية 20 سنة فأكثر بنسبة تقدر بـ: 3.33%.

### 3.3 دراسة وتحليل متغيري المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة:

#### أ-دراسة وتحليل اجابات افراد العينة حول متغير المسؤولية الاجتماعية:

جدول رقم (04) نتائج التحليل الوصفي لمتغير المسؤولية الاجتماعية

الترتيب	مستوى الدلالة (sig)	عدد الفقرات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد
1	0.000	05	0.103	4.12	المسؤولية الاجتماعية تجاه الملاك
2	0.000	05	0.112	4.09	المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين
4	0.000	05	0.192	3.99	المسؤولية الاجتماعية تجاه الدولة
6	0.000	05	0.201	3.67	المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين
3	0.000	05	0.170	4.08	المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء
8	0.000	05	0.199	3.02	المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة
7	0.000	05	0.179	3.39	المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع
5	0.000	05	0.198	3.88	المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين
	<b>0.000</b>	<b>40</b>	<b>0.210</b>	<b>3.97</b>	مجموع الأبعاد

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على برنامج Spss

- المسؤولية الاجتماعية تجاه الملاك: يقيس المحور الاول المسؤولية الاجتماعية تجاه الملاك والمساهمين في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه الملاك والمساهمين وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 4.12 وانحراف معياري بـ: 0.103 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.

- المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين: يقيس المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات

- للمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 4.08 وبانحراف معياري بـ: 0.112 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- **المسؤولية الاجتماعية تجاه الدولة:** يقيس المحور الثالث المسؤولية الاجتماعية تجاه الدولة في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه الدولة وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.99 وبانحراف معياري بـ: 0.192 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- **المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين:** يقيس المحور الرابع المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.67 وبانحراف معياري بـ: 0.201 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- **المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء:** يقيس المحور الخامس المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 4.08 وبانحراف معياري بـ: 0.170 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- **المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:** يقيس المحور السادس المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.02 وبانحراف معياري بـ: 0.199 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- **المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:** يقيس المحور السابع المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.39 وبانحراف معياري بـ: 0.179 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- **المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين:** يقيس المحور الثامن المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.88 وبانحراف معياري بـ: 0.198 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.

- المسؤولية الاجتماعية تجاه المدققين: يقيس المحور التاسع المسؤولية الاجتماعية تجاه المدققين في المؤسسات الجزائرية ويبين الجدول رقم (04) درجة عالية من الاهتمام توليها هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية تجاه المدققين وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.78 وبانحراف معياري بـ: 0.193 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.

### 3.5 دراسة وتحليل اجابات افراد العينة حول متغير التنافسية المستدامة:

جدول رقم (05) نتائج التحليل الوصفي لمتغير التنافسية المستدامة

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	عدد الفقرات	Sig	الترتيب
بعد التكلفة	3.80	0.177	04	0.000	1
بعد ابداع المنتج	3.78	0.199	04	0.000	2
بعد الجودة	3.34	0.149	04	0.000	5
بعد المرونة التشغيلية	3.47	0.166	04	0.000	4
بعد اجال التسليم	3.55	0.123	04	0.000	3
مجموع الابعاد	<b>4.01</b>	<b>0.188</b>	<b>20</b>	<b>0.000</b>	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على برنامج Spss

- بعد التكلفة: يبين الجدول رقم (05) درجة عالية من الاهتمام توليها المؤسسات الجزائرية لبعد التكلفة وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.08 وبانحراف معياري بـ: 0.177 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- بعد ابداع المنتج: يبين الجدول رقم (05) درجة عالية من الاهتمام توليها المؤسسات الجزائرية لبعد ابداع المنتج وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.78 وبانحراف معياري بـ: 0.199 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- بعد الجودة: يبين الجدول رقم (05) درجة عالية من الاهتمام توليها المؤسسات الجزائرية لبعد الجودة وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.34 وبانحراف معياري بـ: 0.149 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- بعد المرونة التشغيلية: يبين الجدول رقم (05) درجة عالية من الاهتمام توليها المؤسسات الجزائرية لبعد المرونة التشغيلية وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر بـ: 3.47 وبانحراف معياري بـ: 0.166 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.

- بعد اجال التسليم: يبين الجدول رقم (05) درجة عالية من الاهتمام توليها المؤسسات الجزائرية بعد اجال التسليم وهو ما يظهر في قيمة المتوسط الحسابي لهذا المحور المقدر: 3.55 وبأنحراف معياري ب: 0.123 وهو ما يعني درجة عالية في تقارب وتجانس اجابات أفراد العينة.
- و مما سبق ذكره يمكن القول برفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "وجود اتفاق من قبل الباحثين حول اهتمام المؤسسات الجزائرية بالتنافسية المستدامة عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ ".
- ج- دراسة وتحليل علاقة الارتباط بين متغيري الدراسة: تنص الفرضية الثالثة على عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

الجدول (06): معامل الارتباط الكلي

التنافسية المستدامة		معامل الارتباط الكلي
0.627	المسؤولية الاجتماعية	
0,000	مستوى الدلالة Sig	
150	N	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على برنامج Spss

نلاحظ من الجدول (06) وجود علاقة ارتباط طردية موجبة متوسطة بين المتغير المستقل "المسؤولية الاجتماعية" والمتغير التابع "التنافسية المستدامة" إذ بلغ معامل الارتباط الكلي بينهما 0.627 وهذا يدل على أن اهتمام عينة الدراسة بمتغير المسؤولية الاجتماعية "أدى إلى تحقيق التنافسية المستدامة، بما أن Sig=0.000 أصغر من 0.05، وعليه رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي وجود علاقة ارتباط بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة عند مستوى معنوية 0.05.

د- دراسة وتحليل علاقة اثر بين متغيري الدراسة: تنص الفرضية الرابعة على عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

الجدول (07): تأثير المسؤولية الاجتماعية في التنافسية المستدامة

F		R <sup>2</sup>	المسؤولية الاجتماعية		المتغير المستقل
الجدولية	الحسوبة		A	B	المتغير التابع
4.18	21.437	0.393	0.683	0.755	التنافسية المستدامة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على برنامج Spss

تشير نتائج تحليل الانحدار المبينة في الجدول رقم (07) إلى وجود تأثير معنوي للمسؤولية الاجتماعية على التنافسية المستدامة، حيث بلغت قيمة  $F$  المحسوبة لنموذج الانحدار البسيط بلغت 21.437 وهي أكبر من قيمة  $F$  الجدولية البالغة قيمتها 4.18 بمستوى معنوية 5% وبدرجة ثقة 95%، وهذا يعني ثبوت معنوية نموذج الانحدار المقدر عند مستوى المعنوية المذكور، وبالتالي رفض فرضية العدم  $H_0$  وقبول الفرضية البديلة  $H_1$  بمعنى توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة، أما معامل التحديد  $R^2$  فبلغت قيمته 0.393، بمعنى أن نسبة ما تفسره المسؤولية الاجتماعية من التغيرات التي تطرأ على تحقيق التنافسية المستدامة تبلغ 39.30% أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 60.70% فتعود لمساهمة متغيرات عشوائية أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار

و تكون دالة الانحدار الخطي على الشكل التالي:  $Y=0.683 X + 0.755$ ، حيث: (Y) هو المتغير التابع والتنافسية المستدامة و (X) هو المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية.

الجدول(08): تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على التنافسية المستدامة

Sig	F	T	$\beta$	$R^2$	البيان
0.000	12.479	3.744	0.788	0.302	أثر المسؤولية الاجتماعية على التكلفة
0.000	12.582	3.712	0.760	0.311	أثر المسؤولية الاجتماعية على ابداع المنتج
0.000	11.744	3.799	0.644	0.323	أثر المسؤولية الاجتماعية على الجودة
0.000	12.522	3.735	0.687	0.289	أثر المسؤولية الاجتماعية على المرونة التشغيلية
0.000	12.466	3.788	0.712	0.296	أثر المسؤولية الاجتماعية على التسليم
<b>0.000</b>	<b>12.548</b>	<b>3.785</b>	<b>0.755</b>	<b>0.393</b>	اثر المسؤولية الاجتماعية على التنافسية المستدامة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على برنامج Spss

يتضح من الجدول رقم (08) وجود تأثير معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنافسية المستدامة وذلك من خلال  $F$  المحسوبة البالغة 12.548 وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) =  $\alpha$ ، كما بلغت قيمة  $T$  بدلالة  $B$  0.755 الأكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة 5%، كما بلغت قيمة معامل التحديد (التفسير) 0.393، بمعنى أن نسبة ما تفسره المسؤولية الاجتماعية من التغيرات التي تطرأ على تحقيق التنافسية المستدامة تبلغ 39.30% أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 69.70% فتعود لمساهمة متغيرات عشوائية أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار.

أما فيما يتعلق بتأثير المسؤولية الاجتماعية على كل بعد من أبعاد التنافسية المستدامة نجد:

- وجود تأثير معنوي للمسؤولية الاجتماعية على بعد التكلفة وذلك من خلال قيمة  $F$  المحسوبة البالغة 12.479 وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) =  $\alpha$ ، كما بلغت قيمة  $\beta$  0.788 بدلالة

T المحسوبة البالغة (3.744) الأكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة 5%، كما بلغت قيمة معامل التحديد (التفسير)  $R^2$  0.302، بمعنى أن نسبة ما تفسره المسؤولية الاجتماعية من التغيرات التي تطرأ على التكلفة تبلغ 30.20% أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 69.80% فتعود لمساهمة متغيرات عشوائية أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار.

- وجود تأثير معنوي للمسؤولية الاجتماعية على بعد ابداع المنتج وذلك من خلال قيمة F المحسوبة البالغة 12.582 و هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ( $\alpha = 0.05$ )، كما بلغت قيمة  $\beta$  0.760 بدلالة T المحسوبة البالغة (3.712) الأكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة 5%، كما بلغت قيمة معامل التحديد (التفسير)  $R^2$  0.311، بمعنى أن نسبة ما تفسره المسؤولية الاجتماعية من التغيرات التي تطرأ على ابداع المنتج تبلغ 31.10% أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 68.90% فتعود لمساهمة متغيرات عشوائية أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار.

- وجود تأثير معنوي للمسؤولية الاجتماعية على بعد الجودة وذلك من خلال قيمة F المحسوبة البالغة 11.744 و هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ( $\alpha = 0.05$ )، كما بلغت قيمة  $\beta$  0.644 بدلالة T المحسوبة البالغة (3.799) الأكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة 5%، كما بلغت قيمة معامل التحديد (التفسير)  $R^2$  0.323، بمعنى أن نسبة ما تفسره المسؤولية الاجتماعية من التغيرات التي تطرأ على الجودة تبلغ 32.23% أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 67.77% فتعود لمساهمة متغيرات عشوائية أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار.

- وجود تأثير معنوي للمسؤولية الاجتماعية على المرونة التشغيلية وذلك من خلال قيمة F المحسوبة البالغة 12.522 و هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ( $\alpha = 0.05$ )، كما بلغت قيمة  $\beta$  0.687 بدلالة T المحسوبة البالغة (3.735) الأكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة 5%، كما بلغت قيمة معامل التحديد (التفسير)  $R^2$  0.289، بمعنى أن نسبة ما تفسره المسؤولية الاجتماعية من التغيرات التي تطرأ على المرونة التشغيلية تبلغ 28.90% أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 71.10% فتعود لمساهمة متغيرات عشوائية أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار.

- وجود تأثير معنوي للمسؤولية اجال التسليم على المرونة التشغيلية وذلك من خلال قيمة F المحسوبة البالغة 12.466 و هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ( $\alpha = 0.05$ )، كما بلغت قيمة  $\beta$  (0.712) بدلالة T المحسوبة البالغة (3.788) الأكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة 5%، كما بلغت قيمة معامل التحديد (التفسير)  $R^2$  0.296، بمعنى أن نسبة ما تفسره المسؤولية الاجتماعية من التغيرات التي تطرأ على



اجال التسليم تبلغ 29.60% أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 70.40% فتعود لمساهمة متغيرات عشوائية أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار.

ومما سبق ذكر يمكن القول برفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ .

**4. خاتمة:** تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكانة كبيرة في السياسة الاقتصادية للحكومة وخاصة في ظل الازمة التي يعيشها الاقتصاد الجزائري والناجمة عن انخفاض اسعار البترول في الاسواق العالمية ولعل هذا ما يعكس توجه الحكومة الى ترقية وتطوير المؤسسات الاقتصادية وجعله قاطرة للتنمية ومحرك للنمو الاقتصادي اضافة الى الدور الذي تلعبه كفاعل اساسي في المجتمع من خلال انتهاجها نمطا اداريا فعالا يعتمد على المعايير الاخلاقية والمهنية ما يستدعي دراسة مدى اهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والمجتمع باعتبارها مصدرا للرفع من كفاءة المؤسسة وزيادة واستدامة تنافسياتها.

**أ-النتائج:** يمكن ايجاز التي توصلت اليها الدراسة في النقاط التالية:

- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن هناك اتجاهها ايجابيا لدى المؤسسات المدروسة نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية حيث كان المتوسط العام لإجابات أفراد العينة 3.97 وهذا مؤشر يدل على مستوى فوق متوسط حسب مقياس الدراسة، وهو ما يعكس اتفاقا بين أفراد العينة تجاه العبارات المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وقد دعم ذلك قيمة الانحراف المعياري لإجمالي العبارات حيث قدر بـ 0.210 ، ووفقا لقيم كلا من الوسط الحسابي والانحراف المعياري يمكن الجزم بوجود اتفاق وإيجابية من قبل أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بتطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية.
- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن هناك اتجاهها ايجابيا لدى المؤسسات المدروسة نحو ابعاد التنافسية المستدامة حيث كان المتوسط العام لإجابات أفراد العينة 4.01 وهذا مؤشر يدل على مستوى فوق متوسط حسب مقياس الدراسة، وهو ما يعكس اتفاقا بين أفراد العينة تجاه العبارات المتعلقة بأبعاد التنافسية المستدامة، وقد دعم ذلك قيمة الانحراف المعياري لإجمالي العبارات حيث قدر بـ 0.188، ووفقا لقيم كلا من الوسط الحسابي والانحراف المعياري يمكن الجزم بوجود اتفاق وإيجابية من قبل أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأبعاد التنافسية المستدامة في المؤسسات الجزائرية.
- بينت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط معنوية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة حيث بلغ معامل الارتباط الكلي 0.627. كما بينت نتائج التحليل الإحصائي ايضا

وجود علاقة تأثير معنوية بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية المستدامة حيث بلغ معامل التحديد (التفسير) الكلي 0.393، وهذا ما يبين اتفاقاً بين أفراد العينة حول مدى التزام المؤسسات المدروسة بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة وبتكاليف تتماشى مع فدرتهم الشرائية مع الحفاظ على مستوى الاشباع الذي تقدمه هذ المنتجات، اضافة الى التزامها بالمحافظة على مستويات ارباح مقبولة ضمناً لحقوق اصحاب المصالح مع التزامها باحترام قواعد المنافسة الحرة الناتجة تحرير وعمولة الاقتصاد رغبة منها في تحقيق التنافسية والتميز.

■ بينت نتائج التحليل الإحصائي بوجود علاقة أثر معنوية للمسؤولية الاجتماعية على التكلفة حيث بلغ معامل التحديد (التفسير) الكلي 0.302، وهو ما يبين مدى التزام المؤسسات المدروسة بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة وبتكاليف تتماشى مع القدرة الشرائية للمستهلكين؛

■ بينت نتائج التحليل الإحصائي بوجود علاقة أثر معنوية للمسؤولية الاجتماعية على ابداع المنتج حيث بلغ معامل التحديد (التفسير) الكلي 0.311. وهو ما يبين مدى التزام المؤسسات المدروسة بابتكار وتطوير منتجات وخدمات جديدة ذات جودة عالية تتماشى مع التطور التكنولوجي والعلمي الحالي ما يمكنها من تلبية احتياجات المستهلكين واشباع رغبتهم؛

■ بينت نتائج التحليل الإحصائي بوجود علاقة أثر معنوية للمسؤولية الاجتماعية على الجودة حيث بلغ معامل التحديد (التفسير) الكلي 0.323. وهو ما يبين مدى التزام المؤسسات المدروسة بتطبيق واحترام معايير الجودة في المنتجات والخدمات بهدف اشباع رغبات العملاء وتحقيق المنفعة الاقتصادية لهم؛

■ بينت نتائج التحليل الإحصائي بوجود علاقة أثر معنوية للمسؤولية الاجتماعية على المرونة التشغيلية حيث بلغ معامل التحديد (التفسير) الكلي 0.289، وهذا ما يبين أهمية الموارد البشرية باعتبارها بعداً داخلياً من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والتي من خلالها تمارس مختلف أنشطتها الاجتماعية ما يتوجب عليها توفير ظروف العمل المناسبة لأداء الأعمال، الاهتمام بخلق التوازن بين الحياة المهنية والحياة الشخصية للعامل، الصحة والأمن في العمل، التأمينات الاجتماعية... الخ من الممارسات المختلفة التي تضمن تحقيق رضا العامل، وتحسين المرونة التشغيلية للموارد البشرية في المؤسسة؛

■ بينت نتائج التحليل الإحصائي بوجود علاقة أثر معنوية للمسؤولية الاجتماعية على التسليم حيث بلغ معامل التحديد (التفسير) الكلي 0.296. وهو ما يبين مدى التزام المؤسسات المدروسة باحترام

مواعيد تسليم المنتجات وتقديم الخدمات الى المستهلكين والعملاء في الآجال المحددة وهذا ما يبين مدى التزام المؤسسات المدروسة بالوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء؛

ب-الاقتراحات: على ضوء ما توصلت اليه الدراسة من نتائج نورد التوصيات التالية:

- ضرورة البحث عن اسباب تدني اهتمام المؤسسات الاقتصادية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- ضرورة اعتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الكفاءات والخبرات المؤهلة للقيام بتطبيق ابعاد المسؤولية الاجتماعية.
- يجب على المؤسسات الاقتصادية الاهتمام بالعنصر البشري من خلال اعداد برامج تكوين في الميادين المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وتوفير لهم البيئة العمل المناسبة وخاصة نظام للحوافز سواء كانت مادية او معنوية.
- ضرورة التركيز على مفهوم الاداء الاجتماعي كهدف تسعى المؤسسة الى تحقيقه الى جانب الاهداف الاخرى.
- اعداد معايير اخلاقية خاصة بالمؤسسة تتضمن العلاقة بين المؤسسة والمجتمع مع الالتزام التام من طرف افراد المؤسسة بتطبيقها.

## 5. قائمة المراجع

- J.L Campbell .(2007) .Why would corporations behavein socially responsibleways? An institutional theory of corporate social responsibility .*Acad.Manag.Rev*32(3 –946 ، .967
- L.A.,Webb,D.J.,Harris,K.E Mohr .(2001) .Do consumers expect companies to be Socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior .*J.Consum.Aff.*72-456 .
- n, Zillur Rahman Mobin Fatma a .(2016) .The CSR's influence on customer responses in Indian banking sector .*Journal of Retailing and Consumer Services.*50 .
- الصيرفي محمد. (2007). المسؤولية الاجتماعية للإدارة، . الاسكندرية ، مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر.
- الغالي طاهر محسن والعامري صالح مهدي. (2005). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع) . عمان الاردن: دار وائل للنشر.
- بدوي محمد عباس. (2000). المحاسبة عن التأثيرات البيئية والمسؤولية الاجتماعية للمشروع، . الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، .
- سويدان نظام ووحداد شفيق،. (2006). التسويق مفاهيم معاصرة، . عمان الاردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- مراد خالد الرديده، انور تهر العزم. (2015). واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في البنوك الاردنية واثرها على الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين فيها. *المجلة العربية للاقتصاد والاعمال*.
- نبيل مرسى خليل. (1996). الميزة التنافسية في مجال الأعمال، . الاسكندرية: الدار الجامعية.