

## إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

- مع الإشارة إلى مجموعة من مؤسسات صناعة البلاط ببلدية مقرة (ولاية المسيلة) -

الدكتور: شريط حسين الأمين

الدكتور: واضح فواز

الدكتور: بوتيارة عنتر

أستاذ محاضر - ب

أستاذ محاضر - ب

أستاذ محاضر - ب

جامعة محمد بوضياف المسيلة

المركز الجامعي بوالصواف عبد الحفيظ ميللة

جامعة محمد بوضياف المسيلة

Abstract:	الملخص:
<p>This study aims to present the subject of corporate social responsibility for small and medium enterprises through the aspects of the theory, and then proceed to the application in the field of small and medium enterprises in Algeria through a sample of factories – MAGRA M'SILA-, so as to reflect the level of awareness of these institutions, departments of social responsibility for companies to those in charge through a questionnaire it has been prepared based on a range of previous studies in this area.</p> <p>The institutions under study are high recognizes its social responsibility in the four studied areas, where the area of interest comes consumer products such institutions domain, followed by interest in the community, then the attention workers and concern for the environment, with an overall average of these areas: 4.12, which is high and demonstrates an awareness of social responsibility for these companies by their administrations.</p> <p>Key words: social responsibility, small and medium enterprises, the environmental dimension, sustainable development.</p>	<p>تهدف الدراسة إلى عرض موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال جوانبه النظرية، ومن ثم الانتقال إلى تطبيقه ميدانيا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من خلال عينة من مصانع البلاط ببلدية مقرة، وذلك لتبيان مستوى إدراك إدارات هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية للشركات للقائمين عليها، من خلال استبيان تم إعداده بالاعتماد على مجموعة من الدراسات السابقة في هذا المجال.</p> <p>إن المؤسسات محل الدراسة تدرك مسؤوليتها الاجتماعية بشكل مرتفع في المجالات الأربعة المدروسة، حيث يأتي مجال الاهتمام بالمجال المستهلكين لمنتجات هذه المؤسسات، يليه الاهتمام بالمجتمع، ثم الاهتمام بالعاملين والاهتمام بالبيئة، حيث بلغ المتوسط الإجمالي لهذه المجالات: 4.12 وهو مرتفع ويدل على إدراك المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات من قبل إدارتها.</p> <p>الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، البعد البيئي، التنمية المستدامة.</p>

### تمهيد:

بعد تفاقم المشكلات الاجتماعية و الاقتصادية و البيئية في دول العالم، و التي كانت الشركات الدولية السبب في ظهور بعض منها، ظهرت ضغوطات كبيرة على هذه الشركات في سبيل مواجهة التزاماتها و مسؤولياتها و تصحيح الممارسات غير المسؤولة الصادرة عنها بدأت تتبلور ثقافة المسؤولية الاجتماعية، و أصبحت منظمات الأعمال تغير من نظرتها للمجتمع و البيئة، في محاولة منها لتحسين صورتها من جهة و للعب دور فعال و ايجابي في المجتمع من جهة أخرى.

المسؤولية الاجتماعية للشركات - كمفهوم عصري- أمر مستجد على المجتمع الجزائري، حتى وإن كان له أصوله في الدين الإسلامي في الحث على البر والتعاون من منطلق أن تحب لأخيك ما تحب لنفسك، حتى وإذا كانت نشأته في المجتمعات الرأسمالية الغربية رغبة من الشركات في تحسين صورتها التسويقية وتعزيز ولاء عملائها وتطوير البيئة المحلية والحصول على الدعم والتسهيلات الحكومية، فإن الدافع في بيئة الأعمال الجزائرية هو نتيجة للتحديات والمشكلات الاجتماعية التي برزت وتفاقمت وأصبحت يهدد هذه المؤسسات.

ان هدف الدراسة هو عرض موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال جوانبه النظرية، ومن ثم الانتقال الى تطبيقه ميدانيا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من خلال عينة من مصانع البلاط ببلدية مقررة، وذلك لتبيان مستوى إدراك إدارات هذه المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية للشركات للقائمين عليها، من خلال استبيان تم إعداده بالاعتماد على مجموعة من الدراسات السابقة في هذا المجال.

### إشكالية البحث:

تميل هذه المؤسسات إلى أن تكون أقرب إلى مجتمعاتها المحلية حيث تساعدها هذه الروابط المتينة على مواكبة الاحتياجات والطلبات المحلية، وتتيح لها استقلاليته وضع آلية مرنة لصنع القرار لأداء أنشطة المسؤولية الاجتماعية على النحو الذي تراه مناسب، ومن هنا تبرز أهمية طرح الإشكالية والتي تتعلق بإدراك المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، بالإشارة إلى عينة من القائمين على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لصناعة البلاط ببلدية مقررة:

هل هناك حالة إدراك للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وما هو واقع ذلك في مؤسسات صناعة البلاط في بلدية مقررة (ولاية المسيلة)؟

تتفرع هذه الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:

- هل إدراك المسؤولية الاجتماعية ناجم عن إدراك الجوانب المتعلقة بالبيئة المحيطة بالمشروع؟
- هل إدراك المسؤولية الاجتماعية ناجم عن إدراك الجوانب المتعلقة بالتفاعل مع المجتمع؟
- هل إدراك المسؤولية الاجتماعية ناجم عن إدراك الجوانب المتعلقة بالعاملين؟
- هل إدراك المسؤولية الاجتماعية ناجم عن إدراك الجوانب المتعلقة بالمستهلكين للمنتجات؟

### فرضيات البحث:

من الإشكالية الرئيسية للبحث يمكن طرح الفرضية الرئيسية التالية:

هناك حالة إدراك للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في المؤسسات محل الدراسة.

وتدرج ضمن الفرضية الرئيسية للبحث مجموعة من الفرضيات الجزئية:

- ينتج إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالبيئة المحيطة بالمشروع في المؤسسات محل الدراسة.
- ينتج إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالتفاعل مع المجتمع في المؤسسات محل الدراسة.
- ينتج إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالعاملين في المؤسسات محل الدراسة.
- ينتج إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالعاملين في المؤسسات محل الدراسة.

### أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث في تتبع مدى إدراك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، ومن خلال التفاعل مع أربع عناصر هي: البيئة/التفاعل مع المجتمع/العاملون/ والمستهلكون للمنتجات.

تقسيمات البحث: يمكن تقسيم البحث إلى ثلاث أجزاء رئيسية:

- الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية.
- واقع المسؤولية الاجتماعية في الدول النامية.
- الجانب التطبيقي: ادراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة.

## 1- الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

### 1-1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

هناك عدة تعريفات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكلها تدور حول معنى واحد، وهي تحمل الشركات لمسئوليتها تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم والمستهلكين والعملاء والموردين والعاملين والبيئة والمجتمع<sup>1</sup>، ويقصد بهذا المفهوم التزام الشركات ليس فقط بتحقيق أرباح لمساهميها، ولا تقتصر المسؤولية تجاه الاقتصاد القومي فقط، ولكن تمتد لتشمل البيئة والعاملين وأسره وفئات أخرى من المجتمع. ومن أهم التعريفات وأكثرها شيوعاً تعريف البنك الدولي والاتحاد الأوروبي ومجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة

- **عرف البنك الدولي** المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد<sup>2</sup>.
- **عرفت الغرفة التجارية العالمية** المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في أن تتطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية. و بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً. و لذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم.
- **كما عرفت المسؤولية الاجتماعية للشركات** على أنها شكل من أشكال التنظيم الذاتي للشركات الذي يدمج ضمن نموذج الأعمال. إنه نشاط طوعي تقوم به شركة للعمل بطريقة اقتصادية واجتماعية ومستدامة بيئياً. يهدف إلى تبني المسؤولية عن أعمال الشركة وتشجيع أحداث تأثير إيجابي من خلال أنشطتها على البيئة والمستهلكين والموظفين والمجتمعات وأصحاب المصلحة وكافة الأعضاء الآخرين في المجال العام الذين يمكن أيضاً اعتبارهم من أصحاب المصلحة<sup>3</sup>.
- **عرف مجلس الأعمال العالمي** للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل<sup>4</sup>.

### 1-2- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

تشمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات عدة أبعاد يمكن اختصارها فيما يلي:

- أ- **البعد الاقتصادي:** هذا البعد يشير إلى خلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات، ومن خلال خلق فرص العمل ومصادر الدخل.
- ب- **البعد الاجتماعي:** وهذا يشمل مجموعة متنوعة من الجوانب المتعلقة بتأثير عمليات الشركة على البشر داخل وخارج المنظمة، مثل علاقات العمل السليمة والصحة والسلامة.
- ت- **البعد البيئي:** هذا البعد يتعلق بآثار أعمال وأنشطة الشركة على البيئة الطبيعية.

قدّم كارول (CARROLL) أربعة أنواع من المسؤولية التي باجتماعها تشكل المسؤولية الاجتماعية للشركات وفق الشكل التالي:

الشكل(1): هرم كارول (CARROLL) للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: طاهر محسن منصور الغالي و صالح مهدي محسن العامري، " المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال: الأعمال و المجتمع"، دار وائل للنشر،

2005، ص83.

فالمسؤولية الاجتماعية حسب كارول (CARROLL) هي حاصل مجموع الأنواع الأربعة للمسؤولية، والتي يمكن كتابتها بالصيغة الآتية:

المسؤولية الاجتماعية للشركات = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الخيرية

حتى تكون الشركة مواطناً صالحاً، عليها أن تسعى إلى تحقيق ليس فقط المصلحة المالية لحملة الأسهم، بل مصالح كافة أصحاب المنفعة الآخرين (المستهلكين، الموظفين، المديرين، البيئة التي تعمل فيها ووسائل الإعلام والمجتمع عموماً). لكي تكون الشركة مسؤولة اجتماعياً يعني أنّ الأمر أبعد من تقديم التبرعات الخيرية، يتجاوز ليشمل المشاركة الفعالة في البرامج التعليمية والالتزام بحماية البيئة إلى جانب العمل وفق مبادئ الشفافية والمساءلة. وقد عرّف مركز بوسطن لمواطنة الشركات (BCCBC)، مواطنة الشركات بأنها إستراتيجية الأعمال التي تحدّد القيم التي تستند إليها الشركة في تنفيذ مهامها واختياراتها كل يوم من طرف التنفيذيين، المديرين والعاملين لأجل الانخراط في المجتمع.

### 1-3- أسباب ظهور المسؤولية الاجتماعية:

وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات كان من أهمها:<sup>5</sup>

أ- **العولمة**: وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية (Multinational Companies (MNCs) ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنّها تهتم بحقوق الإنسان، وأنّها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنّها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنّها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.

ب- **تزايد الضغوط الحكومية والشعبية**: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المنظمة أموالاً طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.

ت- الكوارث والفضائح الأخلاقية : حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة.

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

وبالتالي نجد انه مع تغير بيئة العمل العالمية، فان متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضاً، إذ أصبح لزاماً على منظمات الأعمال أن تضاعف جهودها، وان تسعى نحو بناء علاقات إستراتيجية أكثر عمقاً مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل ودعاة حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين، حتى تتمكن من المنافسة والبقاء في السوق . حيث أن بناء هذه العلاقات من شأنه أن يعمل على تكوين أساس لإستراتيجية جديدة تركز على أفراد المجتمع، وبالتالي تتمكن منظمات الأعمال من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن.

## 2- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الدول النامية:

إن مؤسسات الأعمال في جميع أنحاء العالم، في البلدان النامية والمتقدمة على حد سواء، وبصرف النظر عن حجمها وتخصصها، تترك أثراً كبيراً من النواحي الاجتماعية والبيئية والاقتصادية على المجتمعات المحلية التي تعمل فيها، بيد أن أهمية" التأثير الإيجابي "في الأسواق المعاصرة التي تتسم بالتنافس الشديد قد تكون جوهرية بالنسبة لسمعة الشركة ولنجاح الأعمال التجارية على حد سواء.

وتتصدى البلدان النامية للأبعاد المتعددة للفقر: الافتقار إلى الحاجات الأساسية مثل التعليم والخدمات الصحية، والصحة العامة، والإصحاح و مياه الشرب ، ويرتفع معدل الفقر في كثير من البلدان نظراً لاستحالة إيجاد فرص عمل كافية في ظل تدني النمو الاقتصادي، كما أن نوعية الحياة سيئة حتى بالنسبة للموظفين، ومن أجل التصدي للفقر والبطالة وتحسين نوعية الحياة، كثيراً ما تضطلع الشركات المتعددة الجنسيات ومؤسسات الأعمال المحلية في البلدان النامية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بدرجات متفاوتة في إطار عملياتها المحلية في المجالات التالية:

- أ- حماية البيئة ، مثل خفض انبعاث الغازات وكمية النفايات، وإعادة تدوير المواد وبرامج إعادة تشجير الغابات.
- ب- الأعمال الخيرية، مثل التبرع للمؤسسات الخيرية. والمشاركة في القضايا الاجتماعية، مثل التوعية بحقوق الإنسان والتثقيف بشأن مرض الإيدز.
- ت- تنمية المناطق الحضرية: من خلال الشراكة مع الحكومة المحلية لإنعاش مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة وتحسين البيئة في المدن الداخلية.
- ث- الاستثمار في مؤسسات الأعمال التجارية المحلية من خلال إقامة شراكات مع المنظمات غير الحكومية في مجال التخفيف من وطأة الفقر وبرامج التنمية الاجتماعية، والمؤسسات الدينية والأندية الاجتماعية.
- ج- مشاريع الموظفين، مثل توفير معايير أعلى للصحة والسلامة المهنيين، وفرص التوظيف المتساوية، واقتسام الوظائف وساعات العمل المرنة.

## 3- الجانب التطبيقي: إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة.

تم تقسيم المسؤولية الاجتماعية إلى أربعة مجالات رئيسية هي: التفاعل مع البيئة، التفاعل مع المجتمع، العاملين، المستهلكين للمنتجات الخاصة بالمؤسسات، حيث اهتم كل جزء بقياس إدراك المؤسسات محل الدراسة لأحد مجالات المسؤولية الاجتماعية الأربعة، واعتمدنا على مقياس ليكرت الخماسي لتحديد الإجابات على أسئلة الاستبيان وبالشكل التالي:

5	4	3	2	1
موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة

### 3-1- عينة الدراسة:

تم توزيع 42 استبيان على مسؤولي وبعض الإداريين في الإدارات العليا والوسطى في 13 مؤسسة لصناعة البلاط، وبلغ عدد الاستثمارات المستردة 35 استثمار، وقد استبعدت 4 استثمارات لعدم صلاحيتها للتحليل بسبب نقص البيانات الواردة فيها، وبذلك أصبحت الاستثمارات الخاضعة للتحليل 31 استثمار أي ما نسبته 73.8%، وهي نسبة مقبولة لتعميم نتائج الدراسة على هذه المؤسسات.

### 3-2- تحليل ومناقشة النتائج:

أ- إدراك المسؤولية الاجتماعية عن الجوانب المتعلقة بالبيئة المحيطة بالمشروع في المؤسسات محل الدراسة:

أوضحت إجابات عينة الدراسة عن الجزء الأول من الاستبيان والخاص بإدراك أهمية مجال البيئة، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول (1): يبين إدراك أهمية مجال البيئة.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المقياس					العبارات
		5	4	3	2	1	
1.419355	4.419355	17	10	4	-	-	1
1.580645	4.580645	19	11	1	-	-	2
1.612903	4.612903	20	10	1	-	-	3
1.548387	4.548387	19	10	2	-	-	4
0.967742	3.548387	10	10	1	7	3	5

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتبين من خلال الجدول السابق أن إدراك هذه المؤسسات لمسئوليتها الاجتماعية في هذا المجال فوق الوسط، حيث بلغ الوسط الحسابي 4.41 فيما يتعلق بتقديم المساعدات المالية التعليمية والصحية للمجتمع، وكذلك 4.58 لدعم اشتراك العاملين في الأنشطة الاجتماعية، و4.61، و4.54 لتقديم التبرعات والمساعدات للجمعيات الخيرية والمراكز الاجتماعية وتشغيل المعوقين والعاطلين عن العمل، و3.54 لإقامة مشروعات في المناطق الأقل تطورا بهدف تطويرها.

وقد بلغ الوسط الحسابي العام لعبارات هذا المجال 4.34 وهو فوق المتوسط، ويشير إلى إدراك إدارات هذه المؤسسات لمسئوليتها الاجتماعية في مجال التفاعل مع المجتمع، ومن هنا يمكن قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي تقر بإدراك هذه المؤسسات لمسئوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع.

ب- إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالتفاعل مع المجتمع في المؤسسات محل الدراسة.

أظهرت إجابات عينة الدراسة على الجزء الثاني من الاستبيان والخاص بإدراك أهمية مجال التفاعل مع المجتمع، ما يلي:

الجدول (2): يبين إدراك أهمية مجال التفاعل مع المجتمع

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المقياس					العبارات
		5	4	3	2	1	
1.354839	4.354839	11	20	0	-	-	1
0.774194	3.580645	7	10	8	6	-	2
1.83871	4.935484	25	7	-	-	-	3
1.032258	4.032258	5	22	4	-	-	4
0.16129	2.258065	-	5	5	15	5	5

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق يتضح إدراك إدارات هذه المؤسسات لمجال البيئة من خلال العبارات الخمس الموضحة في الاستمارة، حيث تتفق هذه المؤسسات على ضرورة استخدام الآلات الأقل تولوثا للبيئة بوسط حسابي 4.35، كما تتفق على أهمية تقليل هدر الموارد الطبيعية والاقتصاد في مصادر الطاقة بوسط حسابي 3.58، وأن أغلب العينة ترى أهمية دعم برامج حماية وتحسين البيئة والعمل على التشجير وتجميل المناطق المحيطة بالمؤسسات بوسط حسابي 4.93، و 4.03 على التوالي، وكما لم تبد ضرورة استخدام أفضل الطرق للتخلص من مخلفات الإنتاج إن كانت مرتفعة التكاليف وبوسط حسابي 2.25.

ويتبين من خلال النتائج السابقة الإدراك العالي للمؤسسات لمسئوليتها الاجتماعية فيما يتعلق بالبعد البيئي، حيث بلغ متوسط العبارات 3.83، ومنه يمكن قبول الفرضية الفرعية الثانية، والتي تقر بادراك المؤسسات محل الدراسة للبعد البيئي.

ت- إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالعاملين في المؤسسات محل الدراسة.

أظهرت إجابات عينة الدراسة عن الجزء الثالث من الاستبيان والخاص بادراك أهمية مجال العاملين، كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول (3): يبين إدراك أهمية مجال العاملين

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المقياس					العبارات
		5	4	3	2	1	
1.903226	4.903226	28	3	-	-	-	1
0.806452	3.709677	5	15	8	3	-	2
0.677419	3.354839	3	15	5	7	-	3
0.612903	3.096774	2	15	3	7	3	4
1.193548	4.096774	7	23	-	-	-	5

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتبين من خلال الجدول أعلاه إدراك المؤسسات محل الدراسة لمسئوليتها الاجتماعية فيما يخص العاملين في هذه المؤسسات، حيث تشير المتوسطات الخاصة بالعبارات: 4.9 فيما يخص فرصة ترقية كامل العاملين وبدون تمييز، 3.7 لإقامة دورات تكوينية لرفع كفاءتهم، 3.3 لتوفير الخدمات الاجتماعية والترفيهية لهم ولأسرهم، 3.03 لتوفير خدمات النقل والسكن والتأمين الصحي، 4.09 لتوفير ظروف آمنة ومرجحة لهم، وبلغ الوسط الحسابي للعبارات المتعلقة بجانب الاهتمام بالعاملين بـ 3.83، وهذا ما يثبت الفرضية الفرعية الثالثة والمتعلقة بجانب الاهتمام بالعاملين، رغم أن المتوسط الخاص بهذا البعد أقل من المتوسطات الخاصة ببعدها التفاعل مع المجتمع والمتعلق بالبيئة.

ث- إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالمستهلكين للمنتجات في المؤسسات محل الدراسة

أظهرت إجابات عينة الدراسة عن الجزء الثالث من الاستبيان والخاص بإدراك أهمية المستهلكين للمنتجات، كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول (4): يبين إدراك أهمية مجال المستهلكين للمنتجات

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المقياس					العبارات
		5	4	3	2	1	
1.903226	4.903226	28	3	-	-	-	1
1.290323	4.483871	10	20	1	3	-	2
0.967742	3.903226	10	10	9	2	-	3
1.774194	4.741935	25	5	-	1		4
1.354839	4.451613	12	18	2	-	-	5

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول أعلاه إدراك المؤسسات محل الدراسة لمسئوليتها الاجتماعية فيما يتعلق بمجال المستهلكين عالي جدا مقارنة مع باقي الأبعاد، حيث بلغ الوسط الحسابي 4.90 لأهمية إنتاج سلع ذات جودة عالية ومواصفات عالية، و4.48 للاهتمام ببرامج بحث وتطوير المنتجات، 3.90 لعدم الاهتمام بالأرباح على حساب النوعية وجودة المنتجات، 4.74 للاهتمام بمقترحات وشكاوي المستهلكين تجاه المنتجات، 4.45 لدرج المعلومات الصحيحة والمطابقات لمحتويات المنتج وصلاحيته.

وقد بلغ المتوسط العام لهذا المجال 4.49 وهو مرتفع، وبذلك يمكن قبول الفرضية الفرعية الرابعة، حيث تدرك المؤسسات محل الدراسة لمسئوليتها الاجتماعية فيما يتعلق بالجوانب الخاصة بالمستهلكين لمنتجاتها.

#### 4- الخلاصة والتوصيات:

من خلال الدراسات النظرية والتطبيقية التي أجراها الباحثين لموضوع إدراك المؤسسات الصناعية في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، فإنه يمكن استنتاج عدة نقاط:

1- إن المؤسسات محل الدراسة تدرك مسؤوليتها الاجتماعية بشكل مرتفع في المجالات الأربعة المدروسة، حيث يأتي مجال الاهتمام بالمجال المستهلكين لمنتجات هذه المؤسسات، يليه الاهتمام بالمجتمع، ثم الاهتمام بالعاملين والاهتمام بالبيئة، حيث بلغ المتوسط الإجمالي لهذه المجالات: 4.12 وهو مرتفع ويدل على إدراك المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات من قبل إداراتها.

2- تحمل المؤسسات لمسئولياتها الاجتماعية يحقق العديد من الفوائد للمجتمع المحلي و المؤسسات معا والتي تتمثل في تقديم سلع و منتجات صحية للمجتمع و المحافظة على بيئة نظيفة خالية من التلوث و زيادة ولاء الموظفين و تمتع الشركة بالمصادقية و خلق علاقات جيدة مع المساهمين و غيرهم من أصحاب المصالح.

3- رغم النتائج الايجابية للبحث والتي تبرز إدراك المؤسسات محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية إلا أن الواقع يظهر عكس ذلك، حيث توجد عدة أسباب تعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الجزائر، من أهمها:<sup>6</sup>

- عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم المؤسسات، فمن الملاحظ أن عدد المؤسسات المتبينة لهذه الثقافة يمثلون قلة من المؤسسات الكبرى في حين أن الغالبية مجهلون تماما هذا المفهوم.

- إن معظم جهود هذه الشركات غير منظمة، فالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص كي تكون مؤثرة في حاجة إلى أن تأخذ شكل تنظيمي و مؤسسي له خطة و أهداف محددة، بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة .
  - غياب ثقافة العطاء للتنمية حيث أن معظم جهود الشركات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري و مستدام .
  - قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس المجهودات، فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.
- لتفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية في الجزائر اقترح الكثير من المختصين في هذا المجال ما يلي:
- قيام الجهات المعنية بتوفير البنية التحتية اللازمة لأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية وعلى وجه الخصوص الأنظمة وتوفير الدراسات والمعلومات على ضوء الاحتياجات الفعلية للمجتمع.
  - ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بالتوعية بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها والعائد على كل من المنشآت المؤدية لها وعلى المجتمع.
  - قيام الدولة بتيسير الإجراءات المرتبطة بأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية ، وتوفير محفزات نظامية للمؤسسات على ضوء تميزها في المسؤولية الاجتماعية.
  - سن التشريعات التي تكفل توفير عنصري الشفافية والإفصاح من قبل المؤسسات المنفذة في مجال المسؤولية الاجتماعية.
  - ضرورة وجود إدارات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسات تتولى تخطيط وتنفيذ البرامج والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة ، على أن تتبع الإدارة العليا مباشرة ، وتبادل الخبرة والتجارب العملية فيما بينها والتعرف على نقاط القوة والضعف لتطبيق أفضل الأساليب جدوى في مجالات المسؤولية الاجتماعية.
  - قيام الغرف التجارية الصناعية وغيرها من الجهات التنظيمية بتنظيم دورات تدريبية وندوات لصقل الخبرات في مجالات المسؤولية الاجتماعية.
  - حتى تتحقق الاستدامة الحقيقية في المستقبل من خلال تطبيق مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإنه على الدولة وضع الإطار التنظيمي اللازم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وإشراك جميع أصحاب الشركات في ذلك، بينما تحتاج الشركات للانتقال من الأنشطة الخيرية البحتة إلى برامج مستدامة تصدي من خلالها لتحديات المستقبل التنموية.
  - لممارسات الحالية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يزال متجزئاً بشكل كبير كشكل من أشكال العمل الخيري ولا يتماشى مع الاحتياجات الفعلية للمنطقة، وبالتالي يخلو من الكثير مما هو مرغوب في تحقيقه على أرض الواقع وتأثيره على المجتمع.

#### استمارة الاستبيان

مقتبسة من دراسة: مجيد عبد الحسين هادف، إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية العراقية والإفصاح عنها في التقارير المالية الخارجية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، الأردن، العدد 4، المجلد8، 2006.

سيدي المحترم.....

استمارة الاستبيان التي بين يديك تتعلق بموضوع بحث أكاديمي يتعلق ب : إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

ويقصد بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مسؤولية المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وقد تم تقسيم هذه المسؤولية الى أربعة محاور رئيسية: البيئة/التفاعل مع المجتمع/العاملين/المستهلكين للمنتجات.

تم تحديد خمسة خيارات لإجابتك على العبارات، يرجى تأشير اجابة واحدة أمام كل عبارة وحسب ما تراه مناسباً، علماً أن الاجابات ستحول الى ارقام تستخدم للأغراض العلمية فقط.

ج- عبارات إدراك المسؤولية الاجتماعية عن الجوانب المتعلقة بالبيئة المحيطة بالمشروع في المؤسسات محل الدراسة:

الاختبارات					العبارات
موافق بشدة	موافق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة	

ح- عبارات إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالتفاعل مع المجتمع في المؤسسات محل الدراسة.

الاختبارات					العبارات
موافق بشدة	موافق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة	

خ- عبارات إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالعاملين في المؤسسات محل الدراسة.

الاختبارات					العبارات
موافق بشدة	موافق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة	

--	--	--	--	--	--

د- عبارات إدراك المسؤولية الاجتماعية عن إدراك الجوانب المتعلقة بالمستهلكين للمنتجات في المؤسسات محل الدراسة

الاختبارات					العبارات
موافق بشدة	موافق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة	

#### المراجع:

<sup>1</sup>UNIDO and the World Summit on Sustainable Development, Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, Vienna, 2002,p5

<sup>1</sup> World Bank, Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005..p1

<sup>1</sup><http://www.pi-slice.com/ar/content>.

<sup>1</sup> World Bank, Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005..p1

<sup>1</sup>ارجع إلى: فؤاد مُجدّ حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه، جامعة بغداد، العراق، 2003، ص ص 35-36.

- Kanji Tanimoto, Corporate Social Responsibility and Public Policy, p1.in: [www.adbi.org/files/session4\\_01\\_kanji\\_tanimoto\\_paper.pdf](http://www.adbi.org/files/session4_01_kanji_tanimoto_paper.pdf)

<sup>1</sup> للتفاصيل ارجع إلى :

- عسكر الحارثي، دور الغرف في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجاً، ورقة مقدمة الى المؤتمر الثاني لمواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، صنعاء، اليمن 24-26-يونيو 2009، ص ص 9-10
- عسكر الحارثي، ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ؟، ورقة عمل قدمت الى ملتقى العطاء العربي الثاني، مرجع سابق، ص ص 7-8

<sup>1</sup>UNIDO and the World Summit on Sustainable Development, Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, Vienna, 2002,p5

<sup>2</sup> World Bank, Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005..p1

<sup>3</sup><http://www.pi-slice.com/ar/content>.

<sup>4</sup> World Bank, Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005..p1

<sup>5</sup> ارجع إلى: فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه ،جامعة بغداد، العراق، 2003، ص ص 35-36.

- Kanji Tanimoto, Corporate Social Responsibility and Public Policy, p1. in:  
[www.adbi.org/files/session4\\_01\\_kanji\\_tanimoto\\_paper.pdf](http://www.adbi.org/files/session4_01_kanji_tanimoto_paper.pdf)

<sup>6</sup> للتفاصيل ارجع إلى :

- عسكر الحارثي، دور الغرف في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجاً، ورقة مقدمة الى المؤتمر الثاني لمواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية ،صنعاء، اليمن 24-26-يونيو 2009، ص ص 10-9

- عسكر الحارثي، ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ؟، ورقة عمل قدمت الى ملتقى العطاء العربي الثاني، مرجع سابق، ص ص 7-8