

قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية : دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

محمد فلاق*

خرشي اسحاق**

حدوسميرة أحلام***

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وإلى مدى اعتبار هذه الأخيرة موضة تسويقية أو ضرورة إستراتيجية. حيث تكونت عينة الدراسة من (220) مفردة في (45) مؤسسة اقتصادية جزائرية، ومن خلال المنهج الوصفي التحليلي تستعرض هذه الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال والأبعاد الأساسية التي يتمحور حولها هذا المفهوم، وتوضح الأهمية الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، كما تعرض الدراسة أيضا واقع الممارسات الاجتماعية من طرف منظور مديري ومالكي المؤسسات الاقتصادية المبحوثة. وتوصل الباحث إلى غياب الإستراتيجية أو العمليات المنهجية، في تحديد أبرز المسائل الاجتماعية الواجب التركيز عليها وإعطائها الأولوية من طرف المؤسسات الاقتصادية المبحوثة، لذا خلصنا إلى ضرورة إدماج المؤسسات الاقتصادية في المسؤولية الاجتماعية من خلال رسالتها ورؤيتها، واعتبارها من مسؤوليات الإدارة التنفيذية وتحت إشرافها، ضمن خطط وسياسات مجلس الإدارة.

Measuring the companies' responsiveness to corporate social responsibility concepts and foundations: A field study on a sample of the Algerian companies

Fellague Mohamed
Kherchi Ishak
Haddou Samira Ahlam

Abstract

This study aims to detect the fact of adopting the social responsibility in Algerian business companies, and identify the corporate social responsibility as strategy necessity in Algerian business companies, we follow analytical method evaluation, which depends on the analysis of the figures and data, The study sample consisted of (220) Single from the management board at (45) Algerian societies. The study includes four sections dealing with, respectively, the concept of corporate social responsibility and its dimensions, then move on to clarify the empirical study, we conclude that there is no social responsibility strategy in these societies, also we present recommendations for the companies management staff.

* أستاذ مشارك بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية - جامعة حسين بن بوعلي - الجزائر.

البريد الإلكتروني: mohamed.fellag@gmail.com

** أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية - جامعة حسين بن بوعلي - الجزائر.

*** أستاذ مساعد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية - جامعة حسين بن بوعلي - الجزائر.

تمهيد

إن النظرة التقليدية للمنظمات - كما أوجزها بعض الاقتصاديين أمثال ميلتون فريدمان في السبعينات من القرن الماضي - تتمثل في أن مسؤولية المنظمة تتحقق من خلال سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقدم بدورها الخدمات العامة للمواطنين، واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة. غير أن هذه النظرة التقليدية لم تعد مقبولة، فمنظمات الأعمال اليوم تُعنى بما هو أكثر من مجرد تقديم السلع والخدمات للمستهلكين وسداد حصة عادلة من الضرائب. ورغم أن الدور الذي تلعبه المنظمات في التنمية، والحوكمة، والمجتمع قد تطور تطوراً جذرياً في العقود الماضية، حيث تشير التوقعات إلى أن هذا الدور سيشهد المزيد من التطور في المستقبل.

وتشير الدراسات أيضاً إلى أن المستهلكين يهتمون بالسلوك الاجتماعي للمنظمات. والقول التقليدي بأن المنظمات ليست مسؤولة إلا أمام أصحابها ربما لم يعد مقبولاً في عالم اليوم الذي يتسم بالتعقيد، عالم يتيح للمستهلكين خيارات عديدة، ويبحث فيه المستثمرون عن توفير الاستقرار والأمان لاستثماراتهم، وتتعرض فيه المنظمات لغرامات هائلة نتيجة للمخالفات القانونية، عالم يسوده الخوف والقلق والأفكار الخاطئة.

ولعل قيام منظمات الأعمال بدورها التجاري في المجتمع يعد أمراً حيوياً، إذ أن عدم قيامها بذلك الدور قد يضر بسمعتها ومكانتها، ويحملها المزيد من التكاليف الخاصة بممارسة الأنشطة التجارية، ويقلل من فرص تميزها. وفي حقيقة الأمر، تشير العديد من الدراسات إلى أن الممارسات التجارية المسؤولة التي تهتم بعوامل أخرى بخلاف مجرد تعظيم الربح في الأجل القصير تساعد المنظمات في تحسين نتائج أعمالها، كما تجعل أداء هذه المنظمات المسؤولة اجتماعياً يفوق أداء منافسيها.

وبما أن المؤسسات الاقتصادية في الجزائر ليست بمنأى عن هذه التطورات التي شهدتها الاقتصاد العالمي، سنحاول في هذه الدراسة الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: ما مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمسؤوليتها الاجتماعية؟ وهل تعتبر هذه الأخيرة قفاعة تسويقية أم ضرورة إستراتيجية؟

وتنبثق من السؤال الرئيس عدة تساؤلات فرعية، وذلك على النحو التالي:

- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وما هو التطور التاريخي لهذا المفهوم؟
- ما الدوافع التي تشجع المنظمات على الاضطلاع بمسؤوليتها الاجتماعية وكذلك التحديات التي تواجهها للقيام بدورها الاجتماعي؟
- ما مدى إدراك المديرين في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لخصائص مديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من حيث (العمر، المستوى العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي)؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لخصائص المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من حيث (الملكية، القطاع، الحجم)؟
- ما أهم الاقتراحات التي من شأنها الارتقاء بالبرامج المختلفة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للإسهام في تحقيق خلق القيمة المشتركة للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية وأطراف المصلحة معا؟

أهداف الدراسة

- تسليط الضوء على الأدبيات المعاصرة ذات الصلة المباشرة بموضوع المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال .
- التعرف على مستوى إدراك مديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية .
- توضيح طبيعة التأثير بين خصائص مديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية (العمر، المستوى العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي) ومدى تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية .
- توضيح طبيعة التأثير بين خصائص المؤسسات الاقتصادية الجزائرية (الملكية، القطاع، الحجم) ومدى تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية .
- تطوير بعض الاقتراحات والتوصيات التي من شأنها أن تساعد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على تحسين أداء مسؤولياتها الاجتماعية .

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من الحاجة إلى إبراز مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى المديرين، وبيان الدور الذي يمكن أن تؤديه إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية مما يكسبها القدرة على ولوج سوق المنافسة العالمية. كما نعتقد أن نتائج هذه الدراسة قد تسهم في جعل مفهوم المسؤولية الاجتماعية قضية حضارية تفتح الطريق أمام الإدارة في منظمات الأعمال لكي تقوم بواجبها اتجاه المجتمع، كما تفتح المجال أمام المزيد من الدراسات التي يمكن أن يقوم بها الباحثون في المستقبل.

الدراسات السابقة

تُعدّ الدراسات السابقة إحدى المرتكزات الرئيسية في بناء الأنموذج الفكري لأي دراسة من خلال الاختبار والتحليل والكشف عن مدى التجانس فيما بينهما وأهم النتائج التي توصلت إليها . وفيما يلي عرض لعدد من الدراسات المختارة ذات العلاقة بالدراسة الحالية:

- دراسة (طلحي، 2015) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الجزائر"، حيث هدفت الدراسة للتعرف على مدى تبني القطاع الخاص بالجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ودور هذه الأخيرة في محاربة الفقر وتحقيق التنمية في المجتمع الجزائري . وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أن القطاع الخاص في الجزائر لم يرقى إلى مستوى المسؤولية المرجوة منه، ولم يساهم في رفع مستوى النمو الاقتصادي ومكافحة البطالة وزيادة نسبة التشغيل، إذ أن مساهمته في هذا المجال لا تزال بعيدة كل البعد عما حققته البلدان المتقدمة في فكرة تبني المسؤولية الاجتماعية في برامجها وأعمالها، واعتبارها ضرورة حتمية لا بد منها في عصرنا الحالي، حيث أن القطاع الخاص في الجزائر لم يستطع تبني مشاريع إنمائية تساعد في تنمية المجتمع الجزائري والرفع من قدرته الشرائية، بالإضافة إلى ضعف الاهتمام بالجانب البيئي الذي يعد من أهم مبادئ المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص .
- دراسة (عابدين، 2016) بعنوان: واقع المسؤولية الاجتماعية لشركات التأمين العاملة في قطاع غزة "دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص في قطاع غزة بفلسطين، واتخذت من شركات التأمين (الاهلية، الوطنية، العالمية، الملتمزم) نموذجا للدراسة

الميدانية، وقد تكونت عينة الدراسة من (74) من الموظفين، واتبع المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الدراسة استبيان للتعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات من وجهة نظر الموظفين، وأشارت النتائج إلى أن واقع المسؤولية الاجتماعية جاء بدرجة كبيرة (75,027)، وعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (0.05) في واقع المسؤولية الاجتماعية لشركات التأمين العاملة في قطاع غزة تعزى لمتغير الجنس، والحالة الاجتماعية، والعمر، والعمر الزمني للشركة، ووجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) في واقع المسؤولية الاجتماعية لشركات التأمين العاملة في قطاع غزة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وعدد سنوات الخدمة.

- **تقرير (منظمة العمل العربية، 2018): بعنوان المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص،** تنفيذاً لرؤية منظمة العمل العربية والتي تقوم على تأكيد دور القطاع الخاص العربي كقاطرة للتنمية، قام مكتب العمل العربي بإعداد وثيقة البند الثامن الذي ينقسم إلى ثلاث فصول رئيسية، يتناول الأول منها نشأة وتطور مفاهيم المسؤولية الاجتماعية وفلسفتها، كما تناول الفصل الثاني المعايير الواجب على المؤسسات الالتزام بها ومؤشرات الأداء الاجتماعي لمؤسسات القطاع الخاص. أما الفصل الثالث فتم مناقشة علاقات المسؤولية الاجتماعية وأهداف التنمية المستدامة 2030، كما تم التطرق إلى واقع المسؤولية الاجتماعية في بعض الدول العربية على غرار "الأردن، الإمارات، البحرين، السعودية، سلطنة عمان، والمغرب".

جاءت هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة، ومحاولة لقياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية في الجزائر من خلال تطوير نموذج خاص بالدراسة يلائم بين ما توصلت إليه الدراسات السابقة وما ينبغي عمله في المجال الواسع للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات. وقد استفاد فريق البحث من هذه الدراسات في تحديد أوجه الاختلاف والتكامل بينها وبين ما نسعى الوصول إليه.

أولاً: الجانب النظري

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

بالنسبة للتعريف التي اقترحتها في علماء الاقتصاد والإدارة والباحثون في هذا الشأن، فقد صدر للمنظر الأول للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال (carroll) مقالاً عام 2010 يؤكد فيه إحصاء (37) تعريفاً أكاديمياً لها منذ النشأة. (86: 2010: carroll)

إن كثرة هذه التعاريف تجعل من الصعب تحديد تعريف معين يفي بإعطاء مضمون شامل وجامع للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، كما تزداد هذه الصعوبة إذا ما اقترنت بالعلوم السلوكية والبحث في المجتمع. وبقدر تعلق الأمر في تعريف الباحث للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. حيث يعتبر (Milton Friedman) من أوائل من عرفوا المسؤولية الاجتماعية في سبعينيات القرن الماضي، إذ يرى أن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات العامة للموظفين، واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة، كما أنه يُقر أن تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يقلل أرباحها ويزيد تكاليف العمل. كما عرّف (Drucker, 1977: 584) المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام منظمات الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.

في حين أشار (Strier، 1979: 89) للمسؤولية الاجتماعية أنها استجابة لتوقعات المجتمع من المنظمة، والتي يفترض أنها تبادر للقيام بها لتتحمل مسؤوليتها تجاه المجتمع وبصورة تفوق مستوى خضوعها للقانون، مع مراعاة عدم الإضرار بمصالح المنظمة وتحقيق عائد مناسب على الاستثمارات. وهناك من ذهب إلى أبعد من ذلك بقوله أن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال هي التزام أصحاب القرار في انتهاج أسلوب للعمل يهدف إلى حماية المجتمع وإساعده ككل فضلاً عن تحقيق منفعتهم الخاصة (Steckmest, 1982: 80). ومن وجهة نظر أخرى بشأن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال طرح (Homles, 1985: 435) تعريفاً آخر حيث اعتبرها التزاماً من طرف منظمات الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة، مثل "مكافحة الفقر، وتحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل، وحل مشكلة السكن والمواصلات، وغيرها".

كما أوضح (carroll) في أبحاثه الرائدة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية ويعمل على أربعة جوانب رئيسية وهي المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الخيرية والخيرية (carroll, 1991: 402)، لكن ما يؤخذ على هذا التعريف هو فصله بين الجوانب الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية، وكأن المجال الاقتصادي والقانوني معزول عن الجانب الأخلاقي والخيري.

استناداً على ما عرّجنا عليه من تعاريف للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، وعلى ضوء ملاحظة الباحثين على هذه التعاريف، وتطبيقاً لمنهج التفكير الاستراتيجي نرى أن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال هي "المساهمة العقلانية القائمة على المبادرة المخططة من منظمات الأعمال في متطلبات مسؤولية الشراكة الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية الاجتماعية المتكاملة، المبنية على قوة العلاقة بين منظمات الأعمال والمجتمع، بما يحقق الترابط المتوازن بين توقعات المجتمع من جانب وخطط وبرامج منظمات الأعمال للبقاء والاستقرار والنمو من جانب آخر".

2. المسؤولية الاجتماعية ركن إسلامي أصيل

عند التأمل في مظاهر المسؤولية الاجتماعية المختلفة نجد أنها وردت إما كنص قرآني أو حديث نبوي شريف أو من خلال اقتفاء أثر السلف الصالح رضوان الله عليهم، وسنأتي على تناول ذلك على النحو التالي:

أ- المسؤولية الاجتماعية في القرآن الكريم: لا يمكننا حصر كل ما جاء في القرآن الكريم في هذا الصدد، لكن سوف نركز على بعض الجوانب الخاصة بالتعاون والبر والرعاية والتكافل الاجتماعيين. وذلك من خلال مختلف النصوص الدالة على ذلك:

• قال تعالى (وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ) سورة البقرة: آية [110].

• قال تعالى (لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ) سورة آل عمران: آية [92]

• قال تعالى (مَا عِنْدَكُمْ يَنْفَدُ وَمَا عِنْدَ اللَّهِ بَاقٍ وَلَنَجْزِيَنَّ الَّذِينَ صَبَرُوا أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) سورة النحل: آية [96].

• قال تعالى (وَقِفُّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْنُؤُونَ) سورة الصافات: آية [24].

ب- المسؤولية الاجتماعية في السنة النبوية: مثلما نصّ القرآن الكريم على المسؤولية الاجتماعية، أكدت ذلك أيضاً السنة النبوية بنصوص كثيرة نذكر منها:

- قال النبي صلى الله عليه وسلم (كلكم راع، وكلكم مسؤول عن رعيته، والأمير راع، والرجل راع على أهل بيته، والمرأة راعية على بيت زوجها وولده، فكلكم راع، وكلكم مسؤول عن رعيته) رواه البخاري: [893].
- قال النبي صلى الله عليه وسلم (خير الناس أنفعهم للناس) رواه الطبراني: [426].
- قال النبي صلى الله عليه وسلم (من يسر على معسر يسر الله عليه في الدنيا والآخرة) رواه ابن ماجه: [2417].
- قال النبي صلى الله عليه وسلم (دينار أنفقته في سبيل الله، ودينار أنفقته في رقبة، ودينار تصدقت به على مسكين، ودينار أنفقته على أهلك، أعظمها أجراً الذي أنفقته على أهلك) رواه مسلم: [995].

إن المسؤولية الاجتماعية ليست دخيلة على النظام الإسلامي كما في النظام الرأسمالي، وليس بديلاً وحيداً كما في النظام الشيوعي وإهمالاً للمصلحة الذاتية لمالك المال. حيث تستمد هذه الأصالة من أن ملكية المال في المنظور الإسلامي لله عزّ وجلّ، استخلف الإنسان فيه. وبالتالي فإن لله سبحانه حقاً في المال، وحق الله في التصور الإسلامي هو حق المجتمع.

3. أبعاد المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

لقد حدّد (Carroll، 1991: 405) أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، وهي:

- البعد الاقتصادي: ويقتضي استخدام الموارد بشكل رشيد لتنتج منظمات الأعمال سلعاً وخدمات بجودة عالية، كما يقتضي هذا البعد المنافسة العادلة عن طريق احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين، إضافة إلى منع الاحتكار والأضرار بالمستهلكين، كما يعتمد هذا البعد على الاستفادة من التقدم التكنولوجي واستخدامه في معالجة الأضرار التي تلحق بالبيئة.
- البعد القانوني: يقتضي هذا البعد الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات المنظمة لمختلف المجالات في المجتمع، كاحترام قوانين حماية المستهلك من المواد الضارة، وحماية الأطفال صحياً وثقافياً، وحماية البيئة عن طريق منع التلوث بشتى أنواعه، وصيانة الموارد الطبيعية وتنميتها، والتخلص من مخلفات المنتجات بعد استهلاكها، كما يقتضي البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية تحقيق العدالة والسلامة، سواء عن طريق التقليل من إصابات العمل أو تحسين ظروف العمل ومنع عمل المسنين وصغار السن، وإعطاء فرص العمل لذوي الاحتياجات الخاصة، إضافة إلى احترام حقوق الإنسان ومنع التمييز على أساس الجنس أو الدين (الغالي والعامري، 2006: 5).
- البعد الأخلاقي: يستند هذا البعد على استيعاب الجوانب القيمية والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمع الذي تعمل فيه، وفي حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم تأطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمراً ضرورياً لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع وقبولها، فعلى المنظمة أن تلتزم بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه (الربيعي، 2010: 12).
- البعد الخيري: يرتبط هذا البعد بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام، وما يتفرع عن ذلك من عناصر

ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس ونقل. كما يمثل هذا البعد المزايا والمنافع التي يرغب المجتمع أن يحصل عليها من المنظمة بشكل مباشر، مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة أشكالها (الخفاجي والغالي، 2009: 57).

4. القيمة المضافة لإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

يرى مؤيدو تطبيق إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية مجموعة من المزايا المتصلة بالنتائج النهائية للأعمال منها ما يلي:

- ازدياد في المبيعات وحصتها من السوق: حيث أكدت دراسة (Bloom et al, 2003) بأن ما نسبته 78% من الأشخاص البالغين يشترون منتجات من أجل دعم قضية يهتمون بها، وأن 48% مستعدون لتغيير العلامات التجارية والتحول إلى علامة تجارية مرتبطة بقضية نبيلة في حالة تماثل السعر والجودة، كما تضيف الدراسة أن 75% من المستهلكين قراراتهم الشرائية تتأثر بسمعة المنظمة المهتمة بالبيئة، وقال 80% أنهم على استعداد لدفع نفود أكثر مقابل المنتجات الصديقة للبيئة.

- تقوية مكانة العلامة التجارية: في مقدم كتاب "روح العلامة التجارية" حججاً قوية تؤكد أن ربط منظمة الأعمال أو علامة تجارية ما بعمل خيري أو قضية اجتماعية مناسبة يمكن أن يقدم مساهمة عظيمة "لروح العلامة التجارية". وخلص الكتاب إلى أن المستهلكين يتجاوزون المسائل العملية المتعلقة بالأداء الوظيفي للمنتج أو مزايا المنتج العقلانية والجوانب العاطفية، والسيكولوجية لشخصية العلامة التجارية وصورتها الذهنية لينجس صوب قمة هرم ماسلو للاحتياجات ويسعون وراء تحقيق الذات. (Hamish & Marjorie, 2001: 5)

- ازدياد الجاذبية بالنسبة للمستثمرين و تحسين الأداء المالي: يذهب البعض إلى أن الالتزام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال يزيد من قيمة أسهمها، بحيث أظهرت دراسات (Sandra waddock, 2000) وجود ارتباط ايجابي بين سعر أسهم المنظمة وبين المسؤولية الاجتماعية، وقد أوضحت الدراسة أن منظمات الأعمال التي كان لها اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية حققت فارقاً في أسعار أسهمها بنسبة 5% عن المنظمات التي لم يكن لديها اهتمام بهذا الجانب.

- كما برهنت دراسة- كثيراً ما يتم الاستشهاد بها- قامت بإجرائها جامعة جنوب غرب لوزيانا بعنوان "تأثير التقارير المنشورة عن السلوك غير الأخلاقي على أسعار الأسهم" على أن الدعاية المحيطة بسلوك المنظمات غير الأخلاقي تخفض أسعار الأسهم مدة لا تقل عن ستة أشهر. (Kotler & Nancy, 2011 : 30).

- انخفاض تكاليف التشغيل: هناك مبادرات كثيرة تهدف لتحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف، مثل تقليل إنبعاثات الغازات التي تسبب تغيير المناخ العالمي أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية، كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال صادرات إعادة تدويرها. والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتصلة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين.

- زيادة الإنتاجية والجودة: إن الجهود التي تبذلها المنظمات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها، تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء، و تعزز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار (تقرير الأمم المتحدة، 2004: 78).

- الوقاية خير من العلاج: إن لم تقم منظمات الأعمال بمهامها في تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومساعدة المجتمع في معالجة وحل المشكلات التي يعاني منها. فإنها يمكن أن تفقد الكثير من قوتها التأثيرية في المجتمع (Steiner, 1979 :141)

5. نحو تبني المؤسسة الاقتصادية الجزائرية للأيزو 26000

خُص المعهد الوطني للتقييس في مارس 2012 إلى اختيار أربع مؤسسات اقتصادية وطنية للاستفادة من برنامج إقليمي للمرافقة لمدة ثلاث سنوات، من أجل مطابقة المقاييس التي تملئها المنظمة الدولية للتقييس "إيزو 26000"، وذلك من ضمن 15 مؤسسة اقتصادية ترشحت من القطاعين العام والخاص، ويتعلق الأمر بكل من فرع تابع لسوناطراك، مؤسسة اتصالات الجزائر، سيفينال بجاية ومجمع كوندور، حسبما كشف عنه المدير العام للمعهد الوطني للتقييس.

ويشرف على هذا برنامج المرافقة للمسؤولية الاجتماعية لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والذي سيمتد من 2012 إلى 2014 المنظمة الدولية للتقييس بالتعاون مع الوكالة السويدية للتنمية الدولية، وتشمل ثمانية بلدان ويتعلق الأمر بالجزائر والمغرب وتونس ومصر والأردن وسوريا لبنان والعراق، وستكون 12 مؤسسة جزائرية معنية بهذه العملية بمعدل أربعة مؤسسات سنويا.

وبخصوص سنة 2013، فإن مؤسستين من قطاع البناء والأشغال العمومية والري توجدان في قائمة الانتظار، وهما كوسيدار للأشغال العمومية من القطاع العام والمؤسسة الخاصة لأشغال الطرق والري والبناء، ويرجع ذلك للسمعة الوطنية والإقليمية في قطاع النشاط وكذلك علاقة المؤسستين الجيدة مع المحيط الداخلي (العمال) والمحيط الخارجي.

ويهدف هذا البرنامج "التدريبي" إلى تمكين المؤسسات المستفيدة من الأدوات التي تمكنها من تحسين أداءها في ميدان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وبعد استكمال هذا البرنامج يمكن للمؤسسات المستفيدة أن تحصل على تصديق لحساباتها طبقا لمتطلبات مقياس إيزو 26000، وعلاوة على هذا يعتزم البرنامج تكوين خبراء جزائريين من أجل مرافقة المؤسسات في تحسين التزاماتها بخصوص مسؤولياتها الاجتماعية.

وكانت المرحلة الأولى من برنامج المسؤولية الاجتماعية التي تم الشروع فيها من شهر مايو إلى شهر ديسمبر 2011، وقد استفادت منها مؤسستان هما المخبر العمومي لمراقبة المنشآت بيومرداس والمجمع الخاص للصناعات الغذائية "المصانع الجزائرية الجديدة للمصبرات"

وجدير بالذكر أن عملية اختيار المؤسسات للاستفادة من البرنامج تستند على سبعة مسائل محورية، وتتعلق أساسا بحكامه تنظيم المؤسسة، احترام حقوق الإنسان، علاقات وظروف العمل، احترام البيئة واحترام القانون والعلاقة مع المستهلك وكذا التنمية المحلية.

ثانيا: الإطار الميداني

1. المنهج المستخدم في الدراسة

نتيجة لطبيعة الأهداف التي تسعى هذه الدراسة للوصول إليها، وهي قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وذلك من

129 قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية

منطلق أن هذا المنهج يتناول الممارسات والظواهر كما هي على أرض الواقع ولا يتطلب إجراءات خارج قدرة وسيطرة الباحث، بالإضافة إلى أنه يتجاوز جمع البيانات ووصف الظواهر إلى تحليلها والوصول إلى استنتاجات.

2. مجتمع وعينة الدراسة

لبلوغ غايات الدراسة فقد اختار الفريق البحثي عينة ميسرة من الهيئة الإدارية قدرت ب 220 فرد (مدير عام، مدير دائرة، رئيس قسم) من 45 مؤسسة اقتصادية جزائرية. أما مبررات اختيار هذه المؤسسات فترجع للأسباب التالية:

- إتباع المؤسسات الاقتصادية المبحوثة لسياسات وبرامج لتطبيق مواصفات الجودة.
- السمعة الطيبة التي تتمتع بها المؤسسات الاقتصادية المبحوثة من خلال مساهمتها الاجتماعية للمجتمع الذي تعمل فيه.
- الموقع الجغرافي للمؤسسات الاقتصادية، فهي تتوزع على الجهات الأربع للوطن (شمالا، جنوبا، شرقا، وغربا).
- مساهمة المؤسسات الاقتصادية المبحوثة في سد احتياجات السوق المحلية من سلع وخدمات.
- أما عينة الدراسة من الأفراد العاملين في المؤسسات الاقتصادية المبحوثة فقد تم تحديدها على أساس الملائمة لموضوع الدراسة وتحدد بالمنصب الوظيفي (المدير العام، مدير دائرة، رئيس قسم).

3. بناء أداة القياس واختبارات الثبات

يعد استبيان الدراسة من أهم المصادر للحصول على البيانات المتعلقة بالجانب التطبيقي، وكلما توفرت الدقة في تصميم الاستبيان انعكس ذلك على جودة البيانات، وقد تم تصميم وتطوير الاستبيان بالاعتماد على بعض المقاييس العربية والعالمية بعد أن تم تكييفها لتلائم بيئة الأعمال الجزائرية وتتوافق مع توجهات الدراسة، وهي تتكون من ثلاث أجزاء تضمن الجزء الأول المعلومات الشخصية (العمر، المستوى العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي) عن عينة أفراد الدراسة إلى جانب خصائص المؤسسات الاقتصادية المبحوثة من حيث (الملكية، القطاع، الحجم). في حين تضمن الجزء الثاني معلومات عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية المبحوثة. أما الجزء الثالث فقد تضمن أبعاد المسؤولية الاجتماعية التالية: المسؤولية تجاه المالكين، المسؤولية تجاه العاملين، المسؤولية تجاه العملاء، المسؤولية تجاه البيئة، المسؤولية تجاه المجتمع المحلي.

بالنظر إلى البيانات الواردة في الجدول (1) نجد أن قيمة ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.716, 0.861)، أما قيمة ثبات الاستبيان ككل مع بعض فقد قدر ب (0.897) لذا يمكن وصف أداة الدراسة بالثبات وأن البيانات التي تم الحصول عليها من خلالها مناسبة لقياس المتغيرات، وتخضع لدرجة اعتمادية عالية.

جدول رقم (1): معاملات الثبات (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة

المحور	البعد	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ
المسؤولية الاجتماعية	المسؤولية تجاه المالكين	06	71.6
	المسؤولية تجاه العاملين	09	85.2
	المسؤولية تجاه العملاء	08	77.4
	المسؤولية تجاه البيئة	08	86.1
	المسؤولية تجاه المجتمع المحلي	11	78.6
الاستبيان ككل			89.7

4. مناقشة نتائج التحليل واختبار الفرضيات

توضح هذه الفقرة النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية بعد استخدام برنامج (SPSS) في عملية التحليل الإحصائي، واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وإجراء المعالجة الإحصائية من أجل التعرف على البيانات التعريفية الأولية المتعلقة بعينة الدراسة. وكذلك تحليل وعرض النتائج المتعلقة بمتغيرات الدراسة ومدى الارتباط والعلاقات فيما بينها، بالإضافة إلى اختبار فرضيات الدراسة وتوضيح مقدار التأثير والارتباط بين متغيرات الدراسة الذي يساعد في إعطاء كافة المؤشرات الإحصائية ذات الدلالة العلمية في الإجابة على كافة أسئلة الدراسة.

- أ- البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة: وتمثلت بيانات أفراد عينة الدراسة حسب (العمر، المستوى العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي).
- ب- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر: يتبين من الجدول (2) أن هناك تباين بين أعمار عينة الدراسة، وأن (92%) من أفراد العينة تجاوز عمرهم الثلاثين عاماً، وقد يعزى السبب في ارتفاع نسبة الفئات العمرية الكبيرة إلى أن أفراد عينة الدراسة في الأغلب من رؤساء الأقسام فأعلى.

جدول رقم (2): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

الفئة العمرية	التكرار	النسبة (%)
أقل من 30 عاماً	16	07.34%
من 30 - أقل 40 عاماً	45	20.64%
من 40 - أقل من 50 عاماً	88	40.36%
أكثر من 50 عاماً	71	31.66%
المجموع	220	100%

- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى العلمي: يتضح من الجدول (3) أن ما نسبته (15.6%) من أفراد عينة الدراسة مستواهم دون الجامعة، في حين (77.52%) من حملة الشهادات الجامعية، أما من مستواهم

قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية 131

دراسات عليا الحاملين للشهادات العليا فكانت نسبتهم (6.88%)، وهذا مدلول ايجابي حيث أن أفراد عينة الدراسة من ذوي الكفاءات العلمية والعملية التي تمكنهم من اتخاذ القرارات بكفاءة عالية، وقدرتهم على إدراك ما يحيط ببيئة عملهم والقدرة على استطلاع المتغيرات المستقبلية في مجال عملهم.

جدول رقم (3): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى العلمي

المستوى العلمي	التكرار	النسبة (%)
دون الجامعة	34	15.60%
جامعي	169	77.52%
دراسات عليا	17	06.88%
المجموع	220	100%

• توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة: يتبين من الجدول (4) أن ما نسبته (65.15%) من أفراد عينة الدراسة عدد سنوات الخبرة لديهم أكثر من 10 سنوات، وأن (34.85%) سنوات الخبرة لديهم أقل من 10 سنوات، وهذا يدل على أن غالبية المستجوبين على معرفة ودراية واطلاع على عمل المؤسسات الاقتصادية بشكل جيد.

جدول رقم (4): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة (%)
أقل من 5 أعوام	35	16.05%
من 5 - أقل 10 أعوام	41	18.80%
من 10 - أقل من 15 عاما	84	38.53%
أكثر من 15 عاما	60	26.62%
المجموع	220	100%

• توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي: تبين النتائج الموضحة في الجدول (5) أن هناك تنوع في المسميات الوظيفية والمستويات الإدارية لأفراد العينة، حيث أن (42.12%) هم بمستوى رئيس قسم، وأن (39.99%) يشغلون منصب مدير دائرة، في حين ما نسبته (17.89%) هم مدراء عامون، مما يعني أن معظم أفراد عينة الدراسة من ذوي الخبرة العالية وأصحاب القرار إلى جانب مستواهم الإداري الذي يمكنهم من الاطلاع على أمور ومجريات العمل أكثر من غيرهم، وهذا الذي يخولهم الإجابة على أسئلة الدراسة بوضوح ودقة وبمهنية عالية.

جدول رقم (5): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى الوظيفي

النسبة (%)	التكرار	المسمى الوظيفي
17.89%	39	مدير عام
39.99%	87	مدير دائرة
42.12%	94	رئيس قسم
100%	220	المجموع

ج- خصائص المؤسسات الاقتصادية المبحوثة: حيث تمثلت هذه الخصائص في (الملكية، القطاع، الحجم)

• توزيع المؤسسات الاقتصادية المبحوثة حسب متغير الملكية: يبين الجدول (7) أن المؤسسات الاقتصادية قيد الدراسة تنوعت بين العمومية والخاصة، بحيث أن ما نسبته (62.22%) تمثل المؤسسات العمومية، و(37,78%) تمثل المؤسسات الخاصة، وهذا مؤشر جيد لأن المؤسسات العمومية تولي أهمية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وذلك لالتزامات الدولة بالحماية الاقتصادية والاجتماعية لأفراد المجتمع.

جدول رقم (6): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الملكية

النسبة (%)	التكرار	ملكية المؤسسة
62.22%	28	مؤسسة عمومية
37.78%	17	مؤسسة خاصة
100%	45	المجموع

• توزيع المؤسسات الاقتصادية المبحوثة حسب متغير القطاع: يبين الجدول (7) أن المؤسسات الصناعية تمثل ما نسبته (86.67%) من عينة الدراسة، وهذا مؤشر جيد لأن قطاع الصناعة هو من أكثر القطاعات المرتبطة بأهمية تحمله للمسؤولية الاجتماعية خاصة في مجال التلوث البيئي بكافة أشكاله سواء الهواء أو المياه أو الضوضاء أو الأرض، يليه قطاع الخدمات بنسبة (13.33%) والذي لديه دور مهم أيضا تجاه المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم (7): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير القطاع

النسبة (%)	التكرار	قطاع المؤسسة
86.67%	39	مؤسسة صناعية
13.33%	06	مؤسسة خدمية
100%	45	المجموع

• توزيع المؤسسات الاقتصادية المبحوثة حسب متغير الحجم: يبين الجدول (8) أن المؤسسات قيد الدراسة مختلفة الحجم، بحيث أن نسبة (31.11%) منها مؤسسات كبيرة الحجم الذي يزيد عدد عمالها عن 500 عامل، في حين أن ما نسبته (51.11%) كانت من المؤسسات المتوسطة التي يتراوح عدد عمالها من 50 إلى 499 عامل، وجاءت نسبة المؤسسات الصغيرة التي لا يتجاوز عدد عمالها عن 50 عاملا بنسبة (17.78%)، هذا التنوع في حجم المؤسسات يساعد على معرفة العلاقة بين حجم المؤسسة ومدى تبنيتها للمسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم (8): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير حجم المؤسسة

حجم المؤسسة	التكرار	النسبة (%)
مؤسسة كبيرة (أكثر من 500 عامل)	14	31.11%
مؤسسة متوسطة (من 50 - 499 عامل)	23	51.11%
مؤسسة صغيرة (أقل من 50 عامل)	8	17.78%
المجموع	45	100%

5. تحليل وعرض نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة

أ- النتائج المتعلقة بإجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى إدراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

يمكن أن نعتبر هذا الاختلاف المبين في الجدول رقم 9 في إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية ذو دلالة جديدة، حيث كان من المعروف سابقا أن المسؤولية الاجتماعية تعني الأعمال الخيرية، والتي تقتصر على مساعدة الفقراء والمساكين فقط. بينما تطور هذا المفهوم الآن وأصبح يشمل عدة مجالات مختلفة اقتصادية وأخلاقية وبيئية.

تندرج آراء أفراد عينة الدراسة حيال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن منظورين رئيسين: نظرة تركز على الأخلاق، ونظرة على الأداء. وقبل أن نستفيض في تفصيل المنظورين لابد من توضيح نقطة مهمة وهي أن المنظورين ليسا منفصلين تماما عن بعضهما البعض. ففي مناقشتنا مع بعض المدراء، تداخلت وجهات النظر فيما بينهم، مما يدل على تعدد الدوافع المنطقية بشأن المسؤولية الاجتماعية حتى داخل المؤسسة نفسها.

وتميل إحدى وجهات النظر السائدة إلى ربط المسؤولية الاجتماعية بحسب الواجب النابع من المعتقد والقيم الإسلامية والحس الأخلاقي بالمسؤولية، وهذه النظرة جرى التعبير عنها بالعبارات التالية "التزام المؤسسة التام بحقوق العمال وقوانين البيئة" و"تشجع وتعزز النزاهة والشفافية بالمؤسسة، من خلال مجموعة من القوانين الداخلية التي تحكم وتنظم عملياتها الداخلية والخارجية" مما يشير إلى الجهود التي تبذلها بعض المؤسسات الاقتصادية قيد الدراسة في سبيل إصغاء الطابع المؤسسي الأخلاقي والأدبي على المسؤولية الاجتماعية، فيما تشير هذه الأخيرة إلى الحس الخاص لدى المدراء والملاك بواجبهم ردا الجميل للمجتمع التي تعمل فيه مؤسساتهم.

أما المنظور الثاني فيربط المسؤولية الاجتماعية بطابع التبرعات والأعمال الخيرية، فقد أعرب ثلث أفراد عينة الدراسة لوجود رابط بين المسؤولية الاجتماعية والهبات ودعم الأعمال الخيرية، وراحوا يعتبرون المسؤولية الاجتماعية أنها "مجموعة من الأنشطة الخيرية التي تقدمها المؤسسة في المجتمع المحلي"، كما اعتبروها "مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية الموسمية بدافع من العلاقات العامة أو لاعتبارات تسويقية".

أما الثلث الباقي من أفراد عينة الدراسة فوضعوا مفهوم المسؤولية الاجتماعية في إطار من الترابط بين المؤسسات الاقتصادية والمجتمع، فقد عرفوا المسؤولية الاجتماعية بأنها "مفهوم يهدف إلى تحقيق النجاح التجاري بطريقة لا تعرض رفاهية وأمان العمال أو المجتمع للخطر" وأنها "مجموعة شاملة من الممارسات والبرامج التي تتكامل استراتيجيا في جميع أنشطة وقرارات المؤسسة للحد من التأثير السلبي على بيئة المؤسسة الاجتماعية والطبيعية". هذه النظرة تمثل إطارا مهما بالنسبة إلى البعض لمساهمة مؤسساتهم في المسؤولية الاجتماعية بكافة مجالاتها، ولكن تبقى آلية الربط بين المؤسسات الاقتصادية والمجتمع غائبة.

جدول رقم (9): مفهوم المسؤولية الاجتماعية كما تدركه عينة الدراسة

الترتيب	النسبة (%)	التكرار	العبارة
1	17.89	40	مجموعة من الأنشطة الخيرية التي تقدمها المؤسسة في المجتمع المحلي.
3	16.97	37	التزام المؤسسة التام بحقوق العمال وقوانين البيئة.
2	17.43	39	تشجع وتعزز النزاهة والشفافية بالمؤسسة، من خلال مجموعة من القوانين الداخلية التي تحكم وتنظم عملياتها الداخلية والخارجية.
6	15.13	33	مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية الموسمية بدافع من العلاقات العامة أو لاعتبارات تسويقية.
5	16.06	35	مجموعة شاملة من الممارسات والبرامج التي تتكامل استراتيجيا في جميع أنشطة وقرارات المؤسسة للحد من التأثير السلبي على بيئة المؤسسة الاجتماعية والطبيعية.
4	16.52	36	تهدف إلى تحقيق النجاح التجاري بطريقة لا تعرض رفاهية وأمان العمال أو المجتمع للخطر.
	100	220	المجموع

ب- النتائج المتعلقة بإجابات الدراسة حول الأهمية النسبية للمسؤولية الاجتماعية حسب ما يعتقدونه

يشير الجدول (10) في المجلد إلى أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة بدرجة متوسطة، وكما هو ملاحظ فلم تأت الإجابات مفاجئة، فقد احتلت مسائل الموقع التنافسي والعوائد المالية من خلال تبنيها للمسؤولية الاجتماعية، المراتب الأولى وهذا دليل على ما تطرقنا له في السؤال السابق، أي أن القائمين على المؤسسات الاقتصادية المبحوثة انتقلوا من التبرعات والمساهمات الخيرية إلى العطاء الذكي الأكثر فعالية في إحداث التأثيرات الايجابية من خلال بناء موقع تنافسي يعود بجلب استثمارات أخرى التي من خلالها تزيد المؤسسات من تحسين العلاقة بالمجتمع المحلي، وذلك بفتح فرص عمل جديدة، وتطوير منتجات بجودة عالية تواكب رغبات المستهلكين.

وعند توجيه سؤال لبعض مدراء المؤسسات الاقتصادية المبحوثة عن الحافز والدافع وراء عملهم الاجتماعي أتت الأجوبة على نحو "الشعور بالرضا"، لأنهم في الأصل لم يواجهوا أي أسئلة أو ضغوط من أصحاب المصالح ذات العلاقة بالمقارنة -على سبيل المثال- مع المؤسسات الأوروبية التي تتلقى طلبات وتخضع لضغوط كبيرة تحثهم على الالتزام بمسؤولياتهم الاجتماعية.

جدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التقدير
تعد المسؤولية الاجتماعية استثمارا (ماليا واجتماعيا) ناجحا يعود بالمنفعة على المؤسسة.	3.21	0.82	2	متوسطة
تعد المسؤولية الاجتماعية ضرورة ملحة، إذ لا يتم تحقيق نجاح المؤسسة دون تبنيها.	2.81	0.87	8	متوسطة
المسؤولية الاجتماعية مفهوم استراتيجي مرتبط بتحقيق الفعالية الإدارية.	2.69	0.75	9	متوسطة
تؤثر الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة ايجابيا عن العائد من الاستثمار.	3.08	0.77	5	متوسطة
تحسن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة موقعها التنافسي في السوق.	3.22	0.86	1	متوسطة
الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تعمل على تحسين العلاقة مع الحكومة.	3.07	0.64	6	متوسطة
الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تعمل على تحسين العلاقة مع المجتمع.	3.19	0.81	3	متوسطة
الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تعمل على تحسين صورتها وسمعتها.	2.93	0.89	7	متوسطة
الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تعمل على تحسين العلاقة مع المستثمرين.	3.17	0.91	4	متوسطة

ج- تحليل وعرض نتائج واقع تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مديرها

- تحليل وعرض نتائج تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية تجاه المالكين: يشير الجدول رقم (11) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين.

بناء على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين، تبين أن هناك تبني وبدرجة مرتفعة نسبياً.

جدول رقم (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى تبني المسؤولية تجاه المالكين

مستوى التبني	ترتيب أهمية الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات تبني المسؤولية تجاه المالكين
مرتفع	2	0.67	4.01	تسعى المؤسسة لتحقيق مردود و عوائد مالية إضافية تتناسب وحجم الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية.
مرتفع	1	0.71	4.07	تهتم إدارة المؤسسة بتعظيم قيمة أسهمها والمؤسسة ككل.
مرتفع	4	0.66	3.89	تعمل المؤسسة جاهدة على إبراز السمعة والصورة التميزية في مجال عملها من خلال مسؤوليتها الاجتماعية.
مرتفع	3	0.81	3.92	تعمل المؤسسة على زيادة حجم المبيعات وبالتالي تحقيق عوائد مالية عالية.
مرتفع	6	0.79	3.65	تقوم إدارة المؤسسة بإعطاء الأولوية لحماية أصولها الملموسة وغير الملموسة.
مرتفع	5	0.62	3.72	تسعى المؤسسة لتحقيق التوازن بين احتياجاتها (الأنية والقادمة) والأطراف المعنية بعملها.
		0.66	3.87	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام

- تحليل وعرض نتائج تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية تجاه العاملين: يشير الجدول رقم (12) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين. وفقاً لآراء عينة الدراسة حول واقع تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، اتضح أن هناك مستوى متوسط لدرجة التبني.

جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى تبني المسؤولية تجاه العاملين

مستوى التبني	ترتيب أهمية الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات تبني المسؤولية تجاه العاملين
مرتفع	1	0.73	3.51	تهتم المؤسسة بالخصائص الاجتماعية والأخلاقية والمهنية عند التوظيف.
متوسط	4	0.81	3.36	نظام الرواتب والأجور عادل ويوازي الجهود المبذولة من قبل العاملين.
متوسط	3	0.84	3.41	تقوم المؤسسة بتدريب العاملين وإكسابهم المهارات والمعارف اللازمة.
متوسط	6	0.91	3.34	توفر المؤسسة الرعاية الاجتماعية والصحية التي تضمن الاحتفاظ بالعاملين.
متوسط	7	0.69	3.31	تلتزم المؤسسة بكافة حقوق العاملين وفق القوانين المحلية والدولية.
متوسط	8	0.68	3.27	تراعي المؤسسة التفاوت في قدرات ومواهب العاملين من خلال منح الحوافز.
متوسط	5	0.74	3.35	تتبع المؤسسة سياسة للترقية تعترف بقدرات العاملين، وتحقق فرصاً متساوية.
مرتفع	2	0.77	3.47	تهتم المؤسسة بتوفير متطلبات السلامة العامة لحماية العاملين فيها.
منخفض	9	0.68	2.58	يوجد لدى المؤسسة مدونة أخلاقيات العمل مطبقة بشكل واضح وفعال.
		0.71	3.29	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام

- تحليل و عرض نتائج تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية تجاه العملاء: يشير الجدول رقم (13) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء .

وفقا لأراء عينة الدراسة حول واقع تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء ، اتضح أن هناك مستوى متوسط لدرجة التبني .

جدول رقم (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى تبني المسؤولية تجاه العملاء

عبارات تبني المسؤولية تجاه العملاء	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
تقوم المؤسسة بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية لعملائها.	3.27	0.91	1	متوسط
تستخدم المؤسسة إجراءات مشددة لمنع تسرب المنتجات غير المطابقة لحجات العملاء .	3.24	0.87	2	متوسط
تدفع المؤسسات تعويضات مناسبة للعميل في حال تعرضه لأضرار جراء استخدام منتجاتها .	2.69	0.68	8	متوسط
تهتم المؤسسة بإعلام العميل وتعرفه بخصائص المنتجات التي تقدمها وتاريخ صلاحيتها ونفاذها .	2.74	0.77	7	متوسط
تراعي المؤسسة الصدق والنزاهة في كافة المعلومات التسويقية لمنتجاتها وخدماتها .	2.92	0.83	6	متوسط
تحرص المؤسسة في تسعير منتجاتها وخدماتها على الموازنة بين السعر والجودة .	3.04	0.83	5	متوسط
تقدم المؤسسة خدمات مناسبة لما بعد البيع .	3.17	0.94	3	متوسط
تقوم المؤسسة بحماية المعلومات الخصوصية للعميل	3.09	0.89	4	متوسط
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3.02	0.72		

- تحليل و عرض نتائج تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية تجاه البيئة: يوضح الجدول رقم (14) واقع تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة .

وبشكل عام يتبين أن واقع تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة كان متوسطا .

جدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى تبني المسؤولية تجاه البيئة

عبارات تبني المسؤولية تجاه البيئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
تهتم المؤسسة بالحد من التلوث البيئي (المياه، الهواء، التربة)	3.29	0.88	1	متوسط
تعمل المؤسسة على توفير منتجات صديقة للبيئة.	3.20	0.91	2	متوسط
تلتزم المؤسسة بالاستخدام الأمثل والكفء للموارد الطبيعية وخصوصا غير المتجددة منها .	3.05	0.86	5	متوسط
تستعمل المؤسسة التكنولوجيا والمعالجات الفنية في التخلص من النفايات والعوادم .	2.98	0.72	6	متوسط
تقوم المؤسسة بالمشاركة في برامج حماية البيئة .	3.07	0.82	4	متوسط
تعمل المؤسسة على تجميل وتشجير المناطق الطبيعية خصوصا المحيطة بالمؤسسات الصناعية .	3.14	0.65	3	متوسط
تقدم المؤسسات مساعدات للجمعيات التي تهدف إلى تحسين البيئة .	2.86	0.69	7	متوسط
تقوم إدارة المؤسسة بعقد ندوات ومحاضرات للعاملين في مختلف المستويات لنشر الوعي البيئي .	2.71	0.73	8	متوسط
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3.04	0.75		

137 قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية

• تحليل وعرض نتائج تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية تجاه المجتمع المحلي: يوضح الجدول رقم (15) واقع تبني المؤسسات الاقتصادية المبحوثة للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي.

بناء على هذه الإجابات اتضح أن مستوى تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي في المؤسسات الاقتصادية المبحوثة متوسط عموماً.

جدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى تبني المسؤولية تجاه المجتمع المحلي

عبارات تبني المسؤولية تجاه المجتمع المحلي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
تسعى المؤسسة إلى بناء علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المختلفة	3.32	0.93	2	متوسط
تقوم المؤسسة برعاية نشاطات وأحداث محلية منتظمة.	3.07	0.78	5	متوسط
تقدم المؤسسة المساندة المالية والمعنوية لمؤسسات المجتمع المحلي	2.93	0.81	7	متوسط
تساهم المؤسسة بإنشاء المراكز التعليمية، الدينية، الصحية، والثقافية.	2.57	0.79	11	متوسط
تساهم المؤسسة في تشييد الحدائق والمنتزهات التي تحقق راحة أبناء المجتمع المحلي.	2.73	0.83	10	متوسط
تقوم المؤسسة بإعداد برامج للحد من الفقر والبطالة في المجتمع المحلي ضمن إستراتيجية محددة.	2.85	0.65	09	متوسط
تقوم المؤسسة بتوظيف أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة.	3.03	0.76	06	متوسط
تساهم في رعاية الأطفال الأيتام، ذوي الاحتياجات الخاصة، والمسنين.	2.92	0.88	08	متوسط
تقوم المؤسسة باستقبال وتدريب طلاب الجامعات أثناء وبعد الدراسة.	3.34	0.71	01	متوسط
تساهم المؤسسة في إحياء المناسبات الدينية والوطنية.	3.29	0.78	03	متوسط
تساهم المؤسسة في تدعيم الأنشطة الرياضية.	3.09	0.81	04	متوسط
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3.01	0.82		

إن الإجابة على واقع تبني المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية يمكن تلخيصه في الجدول (16)

التالي:

جدول رقم (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى تبني المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الخمسة

عبارات تبني المسؤولية الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب مستوى التبني
المسؤولية تجاه المالكين	3.87	0.66	1
المسؤولية تجاه العاملين	3.29	0.71	2
المسؤولية تجاه البيئة	3.04	0.75	3
المسؤولية تجاه العملاء	3.02	0.72	4
المسؤولية تجاه المجتمع المحلي	3.01	0.82	5
المسؤولية الاجتماعية للشركات	3.24	0.74	

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

بالإشارة إلى النتائج المتوصل إليها المبينة في الجدول (16)، ووفقاً لبعض المقابلات المعمّقة غير الموجهة

مع بعض المدراء وأصحاب المؤسسات الاقتصادية واستقراء بعض الممارسات الإدارية والمبادرات، أمكن لنا الخروج بالاستنتاجات التالية:

يؤكد المدراء وأصحاب المؤسسات الاقتصادية المبحوثة على أهمية الجانب الاجتماعي في أنشطة مؤسساتهم ممتنين الإطار التشريعي والمؤسسي المشجع على الاضطلاع بمسؤوليات اجتماعية (امتيازات ضريبية عن كل التبرعات ذات المنحى الاجتماعي التي تقدمها المؤسسة، منح تسند من طرف الدولة للمؤسسة المساهمة في جهود التشغيل والإدماج المهني لذوي الحاجيات الخاصة، وحماية البيئة)، كذلك أبدوا إدراكهم بأن الضغوطات الاجتماعية والبيئية تزداد حدة يوماً بعد يوم وأنه يحسن بالمؤسسات تبني مواقف تقوم على فكرة أن أهداف المؤسسة لا تتوقف عند إرضاء ملاكها وموظفيها وعملائها فحسب، بل يجب أن تتصرف كمواطن مسؤول ومتضامن، بمعنى أن تكون معنيةً بقضايا البطالة والمشاكل البيئية للجهة التي توجد بها. كذلك هم يساندون وجود أقسام (مصالح اجتماعية) داخل مؤسساتهم تُعنى بتطوير الموارد البشرية للمؤسسة وتسهر على الاعتناء بالظروف المهنية والاجتماعية لمختلف مستويات الموظفين من خلال تنمية الحوار الاجتماعي كما تعمل على مَدِّ قنوات التواصل مع المحيط الخارجي. كما وجدنا من بينهم من يساند فكرة إعداد تقارير اجتماعية سنوية إلزامية وهي تقارير تطالب بها المنظمات الدولية الراحية لـ"الاتفاق العالمي".

لكن ما تجدر الإشارة إليه في هذا السياق هو وجود تباين في ترتيب الأولويات لدى هؤلاء فيما يتصل بمسائل حقوق العاملين واحترام المستهلكين وتحسين ظروف العمل وحماية البيئة وتطوير الحوار الاجتماعي وهو ما يؤكد الجدول (16). وعموماً يمكن القول إن الشأن الداخلي للمؤسسة سواء كان اقتصادياً أو اجتماعياً هو الهاجس الأكبر لدى المسؤولين في حين تأتي القضايا ذات الصبغة العامة والخارجية من مثل مقاومة الفقر، والمساهمة في التنمية المحلية والجهوية والوطنية في مراتب لاحقة.

كما حاولنا تبين إلى أي مدى نجد مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تطبيقاً لها في السلوك الإداري للمسؤولين (المديرين)، فوجدنا أن الدوافع والمبادرات تختلف من مؤسسة إلى أخرى، فبعض المؤسسات أظهرت فعلاً مواطناتها من خلال عدة أنشطة معبرة عن مسؤوليتها الاجتماعية، وإن كان المجال لا يتسع لذكر الشهادات الدالة على الالتزام الاجتماعي لبعض المؤسسات، فيكفي القول إنها شملت مجالات مختلفة: مساعدة الأطفال الأيتام ودور العجزة، المساهمة في بناء منشآت رياضية لاسيما في المناطق النائية وولايات الجنوب، التبرع للجمعيات للخيرية غير الهادفة للربح، تخصيص نفقات للحد من التلوث والتصرف في النفايات، المساهمة تأثيث مدارس الأمية إلى جانب تقديم جوائز وهدايا لأوائل الطلبة في نهاية السنة الدراسية، وغير ذلك.

إجمالاً يمكن القول أن الدراسة مكنتنا من تبين أن المؤسسات الاقتصادية المبحوثة الخاصة منها والعمومية، هي بصدد تبني اتجاهات تتلاءم بإطراد مع القضايا الاجتماعية والبيئية المطروحة، لكن هذه الاتجاهات تبدو مصطدمة بضغوطات مالية وعوائق ثقافية يمكن تجاوزها متى نظر المسؤولون إلى المؤسسة الاقتصادية على اعتبارها مؤسسة اجتماعية، واقتنعوا أن السلوك الإداري المسؤول اجتماعياً لا يحركه شرط تجاري ربحي فحسب، بل تلميه بالأساس قيم المواطنة.

4.2.3 تحليل وعرض اختبار فرضيات الدراسة

اختبر فريق الدراسة فرضيات الدراسة من خلال استخدام اختبار الانحدار البسيط واختبار (F)، واختبار (T) للمتغيرين المستقلين وذلك كما يلي:

139 قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية

1. الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لخصائص مديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من حيث (العمر ، المستوى العلمي ، سنوات الخبرة ، المستوى الوظيفي)

لاختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى أربع فرضيات فرعية كالتالي:

• الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لعمر مديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) (One Way Anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (17): نتائج تحليل التباين الأحادي بين متوسطات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب متغير العمر

	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية (DF)	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
العمر	بين المجموعات	24.734	3	8.244	67.573	0.113
	داخل المجموعات	26.281	216	0.122		
	المجموع	51.015	219			

* دال عند مستوى (0.05).

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول (17) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى إلى عمر مديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، وذلك بسبب ارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية البالغة (2.646) عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة لمتغير العمر (67.573) عند مستوى الدلالة (0.113)، هذه النتائج تقضي قبول الفرضية العدمية الأولى .

• الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى للمستوى العلمي لمديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) (One Way Anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (18) نتائج تحليل التباين الأحادي بين متوسطات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب متغير المستوى التعليمي

	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية (DF)	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
المستوى العلمي	بين المجموعات	31.672	2	15.836	100.22	0.221
	داخل المجموعات	34.019	217	0.158		
	المجموع	65.691	219			

* دال عند مستوى (0.05).

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول (18) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى إلى المستوى العلمي لمديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، وذلك بسبب

ارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية البالغة (3.037) عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة لتغير العمر (100.22) عند مستوى الدلالة (0.221)، هذه النتائج تقتضي قبول الفرضية العدمية الثانية.

• **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لسنوات خبرة مديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) (One Way Anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (19) نتائج تحليل التباين الأحادي بين متوسطات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب متغير سنوات الخبرة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية (DF)	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
بين المجموعات	36.329	3	12.109	69.99	0.061
داخل المجموعات	37.019	216	0.173		
المجموع	73.348	219			

* دال عند مستوى (0.05).

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول (19) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى إلى سنوات الخبرة لمديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وذلك بسبب ارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية البالغة (2.646) عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة لتغير العمر (69.99) عند مستوى الدلالة (0.061)، هذه النتائج تقتضي قبول الفرضية العدمية الثالثة.

• **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى للمسمى الوظيفي لمديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) (One Way Anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (20): نتائج تحليل التباين الأحادي بين متوسطات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب متغير المسمى الوظيفي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية (DF)	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
بين المجموعات	29.047	2	14.523	95.546	0.143
داخل المجموعات	32.714	217	0.152		
المجموع		219			

* دال عند مستوى (0.05).

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول (20) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى للمسمى الوظيفي لمديري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وذلك بسبب ارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية البالغة (3.037) عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة (F)

141 قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية

المحسوبة لمتغير العمر (95.546) عند مستوى الدلالة (0.143)، هذه النتائج تقتضي قبول الفرضية العدمية الرابعة. لقد كشفت نتائج الجداول (17، 18، 19، 20) عدم وجود فروق لدى المدراء في ممارسة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية من حيث (العمر، المستوى العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي). وقد يرجع هذا بشكل عام للاعتقادات الشخصية وقيم المدراء. فالقيم الشخصية هي المبادئ والمعتقدات الأساسية والمثل والمقاييس التي تعمل مرشدا عاما للسلوك أو نقاط تفضيل في صنع القرار أو لتقويم المعتقدات والأفعال، ففي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتاح للمدير أن يتخذ القرارات المختلفة بناء على قيمة الشخصية، حيث يمتلك استقلالية كبيرة وحرية في هذا الأمر، وكل ما يتخذه من القرارات يركز على قيمة الشخصية، هذه القيم لا تؤثر فقط على القرارات النهائية ولكنها تؤثر أيضا على طريقة التعامل مع البيئة والمجتمع، فالمدير الذي يملك قيم اجتماعية طاغية سينتج إستراتيجية مختلفة عن ذلك الذي يملك قيم وقناعات اقتصادية بحتة. كما أن تأثير قيم المدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عال مقارنة بالمؤسسات الاقتصادية الكبيرة وذلك بالنظر إلى موقعه المسيطر والرئيسي في سياسة المؤسسة، وبالتالي فإن تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية هو قرار يعود في الأصل إلى رغبة شخصية لدى المدير بشكل رئيسي وليس لعمره أو لمستواه العلمي أو لموقعه الوظيفي.

2. الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لخصائص المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من حيث (الملكية، القطاع، الحجم).

لاختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى ثلاث فرضيات فرعية كالتالي:

• **الفرضية الفرعية الأولى:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى للملكية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) (One Way Anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (21) نتائج تحليل التباين الأحادي بين متوسطات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب متغير الملكية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية (DF)	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
بين المجموعات	23.954	1	23.954	190.11	0.003
داخل المجموعات	27.249	218	0.126		
المجموع	51.203	219			

* دال عند مستوى (0.05).

يشير الجدول (21) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى للملكية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية البديلة.

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T) للعينات المستقلة للفروق في ممارستها للمسؤولية الاجتماعية باختلاف الملكية (عمومية/ خاصة).

الجدول رقم (22) : نتائج اختبار التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المؤسسات الاقتصادية المبحوثة في ممارستها للمسؤولية الاجتماعية باختلاف قطاعها

الفرضية	ملكية المؤسسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	(T)	مستوى الدلالة
تبنى المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية المبحوثة حسب متغير القطاع	عمومية	3.43	0.76	216	2.91	0.02
	خاصة	3.05	0.54			

* دال عند مستوى (0.05).

يبين الجدول (22) أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية كانت لصالح المؤسسات العمومية، وقد يرجع هذا لعدة أسباب منها:

- باعتبار أن موارد المؤسسات العمومية ترتبط بالدولة فهي ملك للمجتمع بجميع فئاته وشرائحه، لذا وجب عليها أن تكون أكثر استجابة للسياسة الاجتماعية والتوجهات الحكومية بعيدا عن ارتباطها بالجوانب الاقتصادية والمالية المحضة.
- تأكيد بعض أصحاب المؤسسات الاقتصادية الخاصة بخرق قاعدة تعظيم الأرباح إذا ما تم القيام ببعض المبادرات الاجتماعية.
- عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى بعض المؤسسات الخاصة، فمن الملاحظ أن عدد المؤسسات المتنبية لهذه الثقافة يمثلون قلة من المؤسسات الاقتصادية الكبرى مثل مؤسسة سيفينال ومؤسسة كوندور، في حين أن الغالبية يجهلون هذا المفهوم.
- إن معظم جهود هذه المؤسسات غير منظمة. فالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص كي تكون مؤثرة في حاجة إلى أن تأخذ شكل تنظيمي ومؤسسي، له خطة وأهداف محددة، بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة.
- قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس الجهود، فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لقطاع المؤسسات الاقتصادية الجزئية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) (One Way Anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

143 قياس مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية

جدول رقم (23) : نتائج تحليل التباين الأحادي بين متوسطات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب متغير قطاع المؤسسة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية (DF)	متوسط مجموع المربعات	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
بين المجموعات	23.994	1	23.994	195.073	0.003
داخل المجموعات	26.721	218	0.123		
المجموع	50.715	219			

* دال عند مستوى (0.05).

يشير الجدول (23) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في متوسطات ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى للقطاع الذي تنتمي إليه المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية البديلة.

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T) للعينات المستقلة للفروق في ممارستها للمسؤولية الاجتماعية باختلاف القطاع الذي تنتمي إليه (صناعي/خدمي).

الجدول رقم (24) : نتائج اختبار التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المؤسسات الاقتصادية المبحوثة في ممارستها للمسؤولية الاجتماعية باختلاف قطاعها

الفرضية	قطاع المؤسسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	(T)	مستوى الدلالة
تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية المبحوثة حسب متغير القطاع	صناعي	3.56	0.53	216	2.74	0.001
	خدمي	2.92	0.57			

* دال عند مستوى (0.05).

كشفت نتائج الجدول (24) على أن المؤسسات التي تنتمي للقطاع الصناعي تمارس مسؤوليتها الاجتماعية أكثر من المؤسسات المنتمة للقطاع الخدمي، وقد يعزو هذا أن نشاط القطاع الصناعي يتضمن آثار بيئية واجتماعية يتطلب منها أخذ الإجراءات اللازمة للحد منها وإلا ستشكل هذه الآثار إختلالات بيئية يصعب التحكم فيها، لذا بادرت بعض المؤسسات الاقتصادية الصناعية المبحوثة بمجموعة من المشاريع تهدف إلى حماية البيئة والاعتناء بالمجتمع. فقد استحدثت سبعة مؤسسات صناعية نظام (HSE) وذلك من خلال تطوير نظام متميز لإدارة الصحة والسلامة والبيئة تم تصميمه لمراعاة جميع النواحي التي من شأنها أن تلعب دورا في الصحة والسلامة والبيئة. وقد تم تزويد هذا النظام بألية تضمن على الدوام توفر المعلومات الحديثة واستخدام التقنية والأنظمة في سير عمليات الشركة.

• **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ في ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لحجم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية .

لا اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) (One Way Anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (25): نتائج تحليل التباين الأحادي بين متوسطات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب متغير حجم المؤسسة

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (F) المحسوبة	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية (DF)	مجموع المربعات	مصدر التباين	حجم المؤسسة
0.006	89.089	10.958	2	21.917	بين المجموعات	
		0.123	217	26.359	داخل المجموعات	
			219		المجموع	

* دال عند مستوى (0.05).

يشير الجدول (25) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات ممارسة المسؤولية الاجتماعية تعزى لحجم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، و بالتالي فإننا نرفض الفرضية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة.

وبوضوح الجدول رقم (26) نتائج اختبار شيفيه لتحديد مصادر الفروق الدالة إحصائيا بين المؤسسات الاقتصادية المبحوثة في ممارستها للمسؤولية الاجتماعية باختلاف حجمها .

الجدول رقم (26): نتائج اختبار شيفيه لدلالة الفروق بين بين المؤسسات الاقتصادية المبحوثة في ممارستها للمسؤولية الاجتماعية باختلاف حجمها

فئات حجم المؤسسة			المتوسط الحسابي	فئات حجم المؤسسة	الفرضية
كبيرة	متوسطة	صغيرة			
	0.271-		2.88	صغيرة (أقل من 50 عامل)	تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية المبحوثة حسب متغير الحجم
		0.271	3.20	متوسطة (من 50-499 عامل)	
	0.326	*0.597	3.64	كبيرة (أكثر من 500 عامل)	

* دال عند مستوى (0.05).

بحسب ما يشير إليه الجدول رقم (26) فإن المؤسسات الاقتصادية كبيرة الحجم تقوم بممارسة المسؤولية الاجتماعية أكثر من المؤسسات صغيرة الحجم (الصغيرة والمتوسطة)، ونعزو ذلك لـ:

- تميز المؤسسات الاقتصادية الكبيرة الحجم بطاقتها المالية والبشرية الهائلة، فمواردها المالية تمكنها من تخصيص موازنة كافية لبرامج المسؤولية الاجتماعية ومتابعتها، أما خبرتها وكفاءة مواردها البشرية فتؤهلها لإدارة فعالة هذه البرامج .
- تتمتع المؤسسات الاقتصادية الكبيرة بتقل اقتصادي واجتماعي يجعل منها شريك مؤثر في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فاندماجها في مثل هذه الخطط من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية يتيح لها نيل رضا الجهات الحكومية، ويكسبها صفة المواطنة مما يتيح لها الاستمرارية في السوق .
- تهتم المؤسسات الاقتصادية الكبيرة بالحفاظ على سمعة جيدة لمنتجاتها وخدماتها، فالسمعة تمثل رأس مال معنوي يؤثر بشكل مباشر على النتائج المالية للمؤسسة، و تعد الممارسات المسؤولة اجتماعيا من أكثر

الأساليب التي تنفع للحفاظ على السمعة، حيث تقترب المؤسسات من المجتمع وتحاول أن تركز على ممارسة العديد من البرامج الاجتماعية في سبيل تحسين صورتها في ذهنية المتعاملين معها.

من هذا المنطلق نرى الحاجة إلى نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في سبيل إشراكها هي الأخرى على غرار المؤسسات الكبيرة في مسار التنمية في الجزائر.

ثالثا: الاقتراحات والتوصيات

بناء على ما جاء في نتائج الدراسة، فقد اقترحنا التوصيات التالية:

1. يتعين على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إدماج المسؤولية الاجتماعية في رسالتها ورؤيتها، واعتبارها من مسؤوليات الإدارة التنفيذية وتحت إشرافها، ضمن خطط وسياسات مجلس الإدارة.
2. صياغة النشاطات والممارسات الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتحويل تلك النشاطات والممارسات إلى منهاج عمل يمارس ضمن إطار خطط وبرامج تفصيلية.
3. دمج نشاطات المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ضمن إطار الإستراتيجية التي تتبعها وإحداث تغيير في الرؤية والتوجهات من خلال الإشارة إلى مضامين المسؤولية الاجتماعية بعدها خيارا استراتيجيا، وليس إجراء تكتيكا تلجأ إليه في أوقات معينة.
4. تنوع الممارسات والنشاطات الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسات العمومية الاقتصادية الجزائرية ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية والتي تحقق رضا وولاء أصحاب المصالح سواء أكان من داخل المؤسسة أم من خارجها.
5. تنمية الدور الذي تلعبه المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في خدمة مجتمعها المحلي عن طريق توجيه بعض استثماراتها نحو مشاريع ذات صبغة اجتماعية تساهم في توفير فرص عمل مما يساهم في الحد من البطالة وتنمي الجوانب الثقافية والاجتماعية والرياضية.
6. ضرورة التزام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحدد مجالس إدارتها ويقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها بكل شفافية وتلتزم المؤسسات بتطبيقها.
7. يتعين على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أن تهتم بتلبية التزاماتها تجاه عملائها وأن تسعى جاهدة لتلبية رغباتهم وحماية حقوقهم.
8. ضرورة مراعاة الاعتبارات البيئية أثناء ممارسة المؤسسات العمومية الاقتصادية لنشاطها الاقتصادي، وتخصيص موازنات خاصة للمسؤولية الاجتماعية لاستخدامها في تحسين الظروف البيئية، ويمكن تنفيذ ذلك من خلال استخدام هذه المخصصات لإصدار نشرات، وعمل ندوات تثقيفية للمستهلك، بالتعاون مع جمعيات حماية المستهلك.

9. نظرا لعدم التزام معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ببرامج سنوية معدة مسبقا لتطبيق أنشطتها الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، فوجب على الدولة وضع قوانين ملزمة لتلك المؤسسات لتجهيز البرامج مسبقا، مع ضرورة شمولها على أكبر نطاق جغرافي ممكن في المجتمع، حتى لا يظل دور تلك المؤسسات قاصرا على الرقعة الجغرافية التي تعمل ضمنها وحتى نعم الفائدة المجتمع بشكل عام.

المراجع والمصادر

القران الكريم

كتب الحديث الشريف

اللغة العربية

الأمم المتحدة (1999) ، تقرير عن بدايات تطبيق نظام الادارة البيئية ايزو 14000 ، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا ، نيويورك .

الخفاجي، نعمة والغالبي، عباس (2009) ، طاهر محسن ، نظرية المنظمة مدخل للتصميم ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان: الأردن .

الربيعة، ليث (2010)، أخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية ، من ورقته في المؤتمر الثالث للمسؤولية الاجتماعية، جامعة عدن 6/5 مايو 2010 .

الغالبي، طاهر والعامري، محسن (2006)، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات ، دار وائل للنشر، عمان: الأردن .

طلحي، خولة (2015)، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الجزائر، رسالة ماستر غير منشورة ، جامعة أم البواقي، الجزائر .

منظمة العمل العربية، (2018)، البند الثامن: المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص .

اللغة الأجنبية

Caroll Archie & Kareem Shababana , 2010, The Business Case For Corporate Social Responsibility: a review of concepts, research and practice, International journal of Management review.

Ducker, Peter, 1977, An Introduction View of management, Happens college press USA.

Strier, Franklin 1979, The Business Manager's Dilemma Defining Social Responsibility, Journal of Engineering Management, Vol. (02), No (01).

Steckmest. F. 1982, corporate performance: The key to public trust. NY, McGraw-Hill Book Co

Holmes, Sundra, 1985, Corporate Social: Performance and Present Areas of Commitment, Academy of Management Journal, Vol. (20).

Certo , S.C. & Peter , J.P, 1995, The Strategic Management Process, 3rd ed. , Richard Irwin ,inc.

, Chicago

Carroll, A. B. 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons, Vol. (34).

Robbin, Stephen, 1999. Management Concept and Application, Prenticed all Inc. USA.

Daft, R, 2002, Organizational Theory and Design, West Publishing Co. New York.

Kotler , Philip & Nancy, Lee, 2011, Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause” , John Wiley y Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Hamish, Pringle, and Marjorie Thompson, 2001, Brand Spirit: How Cause Related Marketing Builds Brands.