

دور الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب

المستثمرين -دراسة حالة وكالة تبسة-

د. بودرجة رمزي، أ. يحيوي عبد الجليل، أ. بوسبته محمد

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف - ميله -

ramzimarketer@yahoo.fr

Le rôle de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes dans la création de la responsabilité sociale chez les jeunes investisseurs

- Etude de cas : l'Agence de Tébessa -

DR. BOUDERDJA Ramzi, YAHYAOUI Djalal Dine et BOUSSEBTA Mohammed

Centre universitaire abdel hafid boussouf - MILA-

Received: Avril 2017

Accepted: Mai 2017

Published: Joan 2017

Résumé:

En raison des pressions et des changements qui ont eu lieu dans l'environnement de travail des entreprises, une prise de conscience croissante de la nécessité d'intégrer les dimensions de la responsabilité sociale dans les activités économiques des petites entreprises privées, et ceci dans tous les processus de développement en tant que partenaire à part entière dans la vie quotidienne de la communauté. L'engagement de l'entrepreneur à adopter la responsabilité sociale repose essentiellement sur ses convictions et ses attributs de croire à la nécessité de contribuer à l'avancement de la société et de son développement, selon les ressources et le potentiel qu'elle possède son entreprise, à ce stade là apparait le rôle de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) qui est la plantation de l'esprit d'initiative chez les entrepreneurs qu'elle soutenus et d'inculquer les notions de responsabilité sociale dans une perspective stratégique plus organisée et plus efficace pour assurer la compatibilité entre la performance économique et la performance sociale, éthique et juridique.

Cette étude a montré que l'agence de Tébessa n'exerce pas son rôle désiré, ni sur les conditions de prêt lors de l'étude du projet ni dans la formation destinée aux jeunes entrepreneurs, l'édite étude a suggéré la nécessité d'inclure le thème de la responsabilité sociale dans les programmes de formation et de suivi les jeunes investisseurs en permanence pour les motiver d'exercer les démentions de la responsabilité sociale.

Les mots clés: la responsabilité sociale, la dimension économique, la dimension sociale, la dimension éthique, la dimension légale, ANSEJ

(JEL) Classification : M12, M13, M14, P35

ملخص:

نتيجة الضغوطات والتغيرات التي شهدتها وتشهدها بيئة عمل المؤسسات، تزايد الوعي بضرورة دمج أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة الخاصة في كل عمليات التنمية، باعتبارها شريكا كاملا في الحياة اليومية للمجتمع. فالتزام المقاول بتبني المسؤولية الاجتماعية يرتكز بالدرجة الأولى على قناعاته و ما يتمتع به من سمات مبادراتية تؤمن بضرورة المساهمة في رقي المجتمع وتطوره وفق ما تمتلكه المؤسسة من موارد وإمكانات، وهنا يبرز دور الوكالة الوطنية لتدعيم و تشغيل الشباب (ANSEJ) في غرس وتنمية روح المبادرة لدى المقاولين المدعمن من طرف الوكالة وغرس مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ضمن منظور إستراتيجي أكثر تنظيما و فعالية، ليضمن التوافق بين الأداء الاقتصادي و الأداء الاجتماعي والأخلاقي والقانوني.

وقد اتضح من خلال هذه الدراسة أن وكالة تبسة لا تمارس الدور المنشود منها لا على صعيد القرض عند دراسة المشروع، ولا على صعيد التكوين المقدم للشباب المقاول، حيث اقترحت الدراسة ضرورة تضمين محور يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين ومتابعة الشباب المستثمر بصفة دائمة للممارسة والتخلي بأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، ANSEJ

رموز jel: M12، M13، M14، P35

مقدمة :

ظهر الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في القطاع الخاص والعام، وأصبح الحديث عنها في الآونة الأخيرة عنواناً للمؤتمرات والندوات، ومجالاً للدراسات والأبحاث سواء من قبل الأفراد أو مراكز البحوث والمنظمات الدولية، كما تزايد الاهتمام بها حتى من قبل الحكومة، لكن رغم ذلك فإنه لا يوجد اتفاق عام لدى الأطراف المعنية على تحديد تعريف واضح للمسؤولية الاجتماعية بصفة عامة والمسؤولية الاجتماعية لأصحاب المشاريع المقاوتية بصفة خاصة، وكيفية قياسها من ناحية التكاليف والعوائد الاجتماعية.

فتبني المقاول لمبادئ المسؤولية الاجتماعية بدمج الاهتمامات الاجتماعية و البيئية في الممارسات الاقتصادية للمؤسسة ضمن رؤى إستراتيجية قابلة للتجسيد و الاستمرارية و ليس بشكل رمزي ساعي لتحسين صورة مؤسسته وسمعته؛ يرتبط بقناعاته و إمانه بدوره المتحدد في خدمة المجتمع و تحسين جودة حياة الأفراد ورفاهيتهم، و يتطلب تمتعه بقدرات شخصية و كفاءات تسييرية تمكنه من الجمع بين الدور التنموي الاقتصادي المحافظ على البيئة و الدور الاجتماعي في نسق واحد، و يستلزم وعي متنامي لذا كل طرف من أصحاب المصالح للمشاركة الفعالة في تعميمها.

تعد الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب من أهم الوكالات التي خصصتها الجزائر إلى ترقية ونشر الفكر المقاوطني، وتشكل أحد الحلول ضمن سلسلة من التدابير الموجهة للتخفيف من حدة البطالة وإدماج الفئات الشابة في الحياة العملية، كما تتمثل أهميتها في إنشاء مؤسسات مصغرة التي تؤدي إلى تحقيق جملة من الأهداف من أهمها: استحداث فرص عمل بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ترقية روح المبادرة الفردية والجماعية، المحافظة على الصناعات التقليدية والحرفية، المحافظة على التوازن بين المناطق على المستوى الوطني. إن كل الأهداف المعلنة للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب تبين للوهلة الأولى أنها اقتصادية بحتة، وأنها لا تولي اهتماماً كبيراً بالأبعاد البيئية، الاجتماعية والأخلاقية ضمن مشاريعها المقاوتية المدعمة لصالح الشباب، رغم أن التحديات الراهنة توجب عليها تبني تلك الأبعاد التي تندرج ضمن التوجه الحديث للمؤسسات الاقتصادية ألا وهو المسؤولية الاجتماعية (RSE)، وأن تلزم المقاولين الشباب بانتهاج هذا التوجه في استراتيجية تسيير مؤسساتهم المصغرة عبر برامجها التكوينية الموجهة لهم. وعليه جاءت هاته الورقة البحثية لتسلط الضوء على الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى مساهمة الوكالة الوطنية لتدعيم وتشغيل الشباب لولاية تبسة في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب

المستثمرين؟

تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما ذا نقصد بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وما هي مجالات تطبيقها؟
- ما هي أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات؟
- ما هو دور وكالة تبسة لدعم وتشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى المستثمرين الشباب؟
- أهداف الدراسة: - تأطير مفاهيمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمقاولين الشباب؛
- إبراز دور الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى المقاولين الشباب.

منهجية الدراسة الميدانية

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على دور الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في تفعيل المسؤولية الاجتماعية لدى المقاولين الناشئين المستفيدين من القروض والعوائق التي تواجهها من أجل تنمية هذا التوجه وتمت الدراسة من خلال إعداد مقابلة مع مسؤولي الوكالة بولاية تبسة وتحليل معطياتها، وقد تضمن دليل المقابلة بعض الأسئلة المتعلقة بمدى اكتسابهم للمعارف المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية ومدى اهتمامهم بها عند التقرير للموافقة على المشروع، كذلك التعرف على الصعوبات التي تواجه الوكالة في صقل هذه المفاهيم لدى طالبي القروض. بالإضافة إلى المقابلة التي أجريناها قمنا بتوزيع استبيان مكون من ثلاثة محاور، حيث شمل المحور الأول على مجموعة من الأسئلة المفتوحة حول مكانة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في اتخاذ القرار لقبول المشروع أو رفضه، أما فيما يخص المحور الثاني فقد تضمن معلومات لتقصي آراء المسؤولين حول البرامج التكوينية المقدمة للشباب المقترض ومدى فعاليتها في صقل مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لديهم، أما فيما يخص المحور الثالث فقد تضمن مجموعة من الأسئلة متعلقة بالمعلومات الشخصية للمستجوبين كالجنس و المنصب الحالي و سنوات الخبرة. حيث تم اخذ عينة عشوائية تكونت من سبع إطارات بالوكالة مقسمة إلى ثلاث إناث و أربعة ذكور.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

أولاً- تعريف المسؤولية الاجتماعية

يكون من الصعب في كثير من الأحيان الاتفاق على تحديد تعريف معين يفي بإعطاء مضمون شامل وجامح لظاهرة ما، و تزداد هذه الصعوبة كثيراً إذا ما اقترنت بالعلوم السلوكية و الاجتماعية، و هذا ينطبق على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و التي عرفت بأنماط و أشكال مختلفة، حيث صدر لآرشي كارول (Archie B Carroll) بحثاً يؤكد فيه أنه ولحد سنة 2010 تم إحصاء أكثر من 37 تعريفاً أكاديمياً قدم للمسؤولية الاجتماعية للمؤسساتⁱ. ولتصور عدد التعاريف الحالية لذلك سنحاول إيجازها كما يلي:

أعطى الباحث Carroll تعريفاً للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات معتبراً إياها "ما يتوقعه المجتمع من المؤسسات في النواحي الاقتصادية، التشريعية، الأخلاقية والتقديرية"ⁱⁱ فيما عرفها بيتر دراكر (Peter Drucker) كما يلي: "المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعاً لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفةⁱⁱⁱ.

كما يمكن أن نستعرض من خلال هذا الجدول أهم التعاريف التي قدمت لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من طرف بعض المنظمات الدولية^{iv}:

الجدول رقم (1): مفهوم المسؤولية الاجتماعية

اسم المنظمة	التعريف
مكتب العمل الدولي	طريقة تنظر فيها المنشآت في تأثير عملياتها في المجتمع و تؤكد مبادئها و قيمها في أساليبها و عملياتها الداخلية و في تفاعلها مع قطاعات أخرى.
مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة	الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا و المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و العمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة و عائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي و المجتمع ككل.
البنك الدولي	التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد.
الغرفة التجارية العالمية	جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية و اجتماعية، و بالتالي فالمسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا.

المصدر: رمزي بوردجة، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على صورة المؤسسة، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 1

العدد 6، البلدة 2، الجزائر، 2014، ص 227

يلاحظ على هذه التعاريف المقدمة من طرف المنظمات والهيئات ثلاثة أمور هي:

- أن كل تعريف يركز على موضوع معين لم يتناوله تعريف آخر؛
 - أن معظمها يركز على مسألة الحد الأدنى وهو الذهاب إلى أبعد مما تفرضه القوانين والتشريعات؛
 - أن معظم المنظمات والهيئات تعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وفق ما يلي رغبة أصحاب المصالح من موظفين، مجتمع، بيئة ومساهمين.
- وخلاصة القول أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تعني التصرف على نحو يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والمسائلة. ليس فقط أمام أصحاب الملكية و لكن أمام أصحاب المصلحة الأخرى بمن فيهم: الموظفون والزبائن والحكومة و المؤسسات و المجتمعات المحلية والأجيال القادمة.

ثانيا- مجالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

إن رجل الأعمال عندما يتبنى فلسفة المسؤولية الاجتماعية في ممارساته ونشاطاته، عليه أن يأخذ بعين الاعتبار المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، حيث إهمال مجال معين يؤثر سلبا على باقي المجالات. ويمكن تصنيف الأنشطة ذات الاستجابة الاجتماعية وفقا لما يلي⁷:

1- المسؤولية الاجتماعية في الممارسات التسويقية: مثال ذلك أن تتحرى المؤسسة الصدق والأمانة في الإعلانات الخاصة بمنتجاتها، فتتجنب الإعلانات الكاذبة والمبالغ فيها، وتقوم بتوجيه المستهلكين لشراء المنتجات الملائمة لاحتياجاتهم وتجنب خلق حاجات لا مبرر لوجودها.

- 2- المسؤولية في الممارسات ذات العلاقة بالمنتج: مثال ذلك أن تتسم عمليات تصنيع المنتج بضمان الأمان، والسهولة في الاستخدام.... إلخ، فالمؤسسة الذكية هي التي تصنع منتج يوافق توقعات ورغبات المستهلك ويتعادها إلى ما هو أجد وأرقى.
- 3- المسؤولية عن تعليم وتدريب العاملين: فالأنشطة المسؤولة اجتماعيا فيما يخص هذا المجال يمكن أن تتضمن إستراتيجيات المؤسسة في مجال تنمية مهارات العاملين وتحسين قدراتهم المهنية.
- 4- المسؤولية عن البيئة وتنميتها والحفاظ عليها: ويبرر ذلك مثلا من خلال الاهتمام بتجنب تلويث البيئة واستنزاف الموارد الطبيعية، بالإضافة إلى الاهتمام باستخدام الفاقد في العمليات الإنتاجية.
- 5- تصرفات تستهدف تنمية العلاقات مع العاملين: وقد تشمل هذه التصرفات برامج تنمية العلاقات الاجتماعية والمشاركة في اتخاذ القرارات وتحسين مزايا العمل، مثل الرعاية الصحية والتسليية والأنشطة الترفيهية..... إلخ.
- 6- الأنشطة التي تساهم في تحقيق العدالة: مثل رفع مساهمة المرأة في مجال العمل وتوظيف الأقليات وعدم التمييز بين الأفراد المؤهلين لشغل الوظائف وفقا للنوع أو الدين أو اللون أو الأصول العرقية..... إلخ.
- 7- توفير بيئة عمل آمنة: ويتم ذلك من خلال التصرفات التي تجعل من بيئة العمل مكانا آمنا من المخاطر الصحية والمهنية بالإضافة إلى النظافة وتوفير سبل الراحة.
- 8- ممارسة تصرفات أخرى: القيام بأنشطة تعكس الاهتمام بقضايا ومشكلات المجتمع مثل تقديم التبرعات والمشاركة في الأعمال الخيرية.

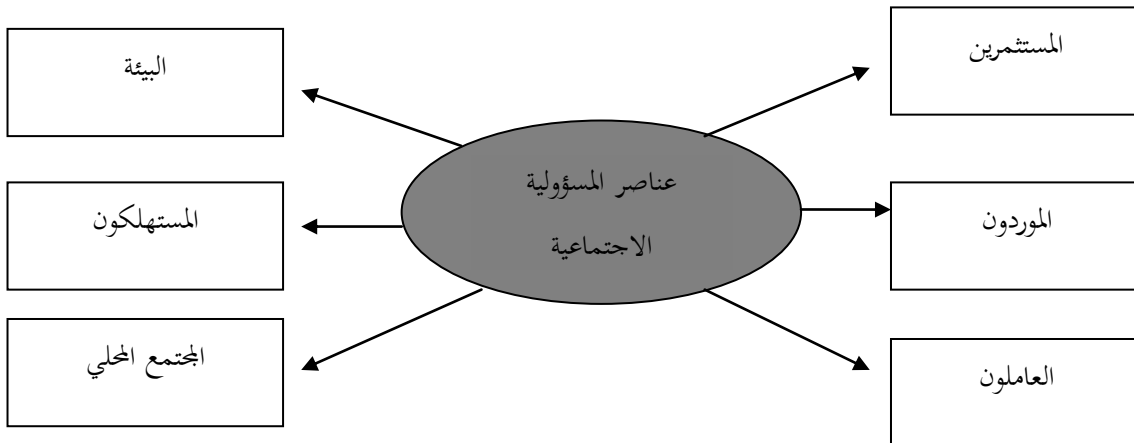
المحور الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إننا إذا تمعنا جيدا في آراء الباحثين حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، نجد أنها تتبع نموذجين أساسيين في توجيهها وهما: نموذج أصحاب المصالح و النموذج المفاهيمي.^{vi}

أولا- نموذج أصحاب المصالح

يقصد بأصحاب المصالح كل الأطراف التي تتبادل العلاقة والمصلحة مع المؤسسة من داخلها ومن خارجها، وعليه فإن أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب هذا النموذج تعني الاستجابة لكل طرف منهم. حيث يرى الباحثين الغالب والعامري أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتمثل في العلاقات مع المالكين، العاملين، الزبائن، المنافسين، المجهزين، المجتمع، البيئة، الحكومة وجماعات الضغط الاجتماعي.^{vii} الشكل التالي يبين مختلف عناصر المسؤولية الاجتماعية و التي تعرف بأصحاب المصالح:^{viii}

الشكل رقم (1): أصحاب المصالح في المؤسسة



Source: jeme et souhie, le developpement durable perçu les entreprises, université paris 1 panthéon-serbonne, 2003, p12

و فيما يلي شرح مختصر لهذه العناصر:

1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحلي

يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة لمؤسسات الأعمال شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة والتي تشمل: المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدائق، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، دعم بعض الأنشطة الرياضية والترفيهية، احترام العادات والتقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة... الخ

2- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين

تتمثل في تقديم المنتجات بأسعار ونوعية مناسبة، الإعلان الصادق، وتقديم منتجات آمنة، تقديم إرشادات واضحة بشأن المنتج واستخداماته، التزام المؤسسات بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع، والتزام بالتطوير المستمر للمنتجات، والتزام بعدم خرق قاعدة العمل مثل الاحتكار... الخ

3- المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

حماية البيئة من الأضرار الناتجة عن نشاط المؤسسة، المساهمة في حملات البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، تبني سياسة بيئية رشيدة... الخ.

4- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين

تتمثل مسؤولية المؤسسة اتجاه المساهمين في تعظيم قيمة السهم وتحقيق أقصى ربح ممكن، حماية أصول المؤسسة، الحق في الحصول على المعلومات الكافية عن أداء المؤسسة، التعامل العادل مع المساهمين من دون أي تمييز، وإشراك المساهمين في القرارات الهامة للمؤسسة.

5- المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

تنضمن احترام قوانين العمل، وضمان حق العامل في التدريب والتكوين المستمر، وحقوقه النقابية، وإشراكه في اتخاذ القرارات، تحقيق الأمن الوظيفي والأمن من حوادث العمل... الخ

6- المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين

يجب على المؤسسة في إطار التزامها بمسئوليتها اتجاه الموردين أن تحترم مطالبهم المشروعة، وتسديد حقوقها اتجاههم في الآجال المحددة، الصدق و الجد في التعامل معهم... الخ

ثانيا- النموذج المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

مثل Carroll الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية في شكل هرم يعرف في الوسط الأكاديمي المختص في إدارة الأعمال بهرم كارول، والشكل الموالي يمثل ذلك الهرم: ix

الشكل رقم (2): هرم أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب Caroll



Source : Archie B CARROLL, the pyramid of corporate social responsibility : toward moral management of organization stackholders, **Business horizons**, vol 34, no 4, 1991, p42

يتضح من خلال الشكل السابق أن البعدين الاقتصادي و القانوني هما الجانب الرئيسي من أعمال المؤسسة و منذ فترة ليست بقصيرة، و بالتالي فهما يمثلان القاعدة المادية لبناء الهيكل الهرمي للمسؤولية الاجتماعية، بينما يمثل البعدين الأخلاقي و الإنساني قمة الهرم و هما الأكثر حداثة و معاصرة في تعامل و توجه المؤسسات في علاقتها و تفاعلها مع المجتمع. و فيما يلي توضيح مختصر لهذه الأبعاد:

- 1- البعد الاقتصادي:** هذا البعد يشير إلى خلق القيمة من خلال إنتاج السلع و الخدمات؛ أي أن تكون المؤسسة نافعة و مجدية اقتصاديا، و ذلك بهدف خلق فرص العمل و مصادر الدخل.
- 2- البعد القانوني:** أي التزام المؤسسة بإطاعة القوانين، و اكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية و عدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون، ففي حالة عكس ذلك فإنها تقع في إشكالية قانونية.
- 3- البعد الأخلاقي:** بمعنى أن تكون المؤسسة مبنية على أسس أخلاقية، و أن تلتزم بالأعمال الصحيحة، و أن تمتنع عن إيذاء الآخرين، فهذه السلوكات هي بمثابة أعراف و تقاليد و قيم متوارثة و متجددة بذات الوقت، و تعمل جنبا إلى جنب مع الأبعاد القانونية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية^x.
- 4- البعد الإنساني (الخيري):** يمثل هذا البعد قمة الهرم، و يعني أن تكون المؤسسة صالحة و تعمل على الإسهام في تنمية و تطوير المجتمع و تحسين نوعية الحياة؛ وهي عادة مبادرات طوعية غير ملزمة للمؤسسة تبادر فيها بشكل إنساني و تطوعي من خلال برامج لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر و قد تكون لعموم المجتمع أو لفئات خاصة به ككبار السن و غيرها و لا تتوخى إدارة المؤسسات من هذه البرامج ارتباطها المباشر بزيادة الأرباح أو الحصة السوقية أو غيرها.

المحور الثالث: دور وكالة تبسة لدعم وتشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى المستثمرين

أولاً - عرض عام للوكالة الوطنية لتدعيم وتشغيل الشباب (ANSEJ)

تلعب المشاريع المقاولاتية دوراً كبيراً في تحقيق التوازن الاقتصادي إذ تعتبر الوكالة الوطنية لتدعيم وتشغيل الشباب من أهم الممولين والمدعّمين للمقاولاتية في الجزائر وتعتبر الموجه الرئيسي لهذه الفئة من المقاولين الناشئين. حيث تأسست الوكالة الوطنية لتدعيم وتشغيل الشباب سنة 1997 إذ قامت بتمويل ودعم مئات الآلاف من المؤسسات الصغيرة في 738 من الأنشطة المصغرة منذ نشأتها إلى غاية سنة 2013.^{xi} حيث اعتبرت الفترة الممتدة من سنة 1997 إلى غاية سنة 2010 الفترة المثلى من حيث الإيرادات والنمو الاقتصادي للوكالة والشباب المستفيدين منها، إلا أن الفترة الممتدة من سنة 2011 إلى غاية سنة 2014 اعتبرت هذه الفترة أكبر تحدي للوكالة نظراً إلى زيادة الطلب على القروض من دون ربحية محققة وذلك راجع إلى الوضع السياسي الذي مرت به البلاد، أما الفترة الممتدة من سنة 2015 إلى غاية يومنا هذا فقد اعتمدت الحكومة سياسات مختلفة لضبط وتعويض الخسائر التي تعرضت لها خلال الفترة السابقة.

ومن أهم السياسات التي اتبعتها الحكومة من أجل ضمان نجاح المشاريع الممولة من طرف الوكالة وتحقيق استدامتها تم إلزام المستفيدين من القروض (الشباب المقاولين) للخضوع إلى برامج تدريبية تلبي حاجتهم وتوضح صعوبات اختيار المشروع المناسب الذي يحقق احتياجات المستهلك ويحقق المردودية لصاحب المشروع والبلاد، ويتضمن برنامج التكوين خمس وحدات متمثلة في وحدة الخلق المتضمنة للإجراء والإنشاء في ما يتعلق بالبيئة الاقتصادية والاجتماعية؛ وحدة التسويق والتمثلة في أبحاث السوق، وحدة الضرائب والتمثلة في قواعد الضرائب؛ وحدة التخطيط المالي المتمثلة في تصميم الميزانية، وإدارة النقدية، وتحليل المصروفات والمنتجات. وحدة المحاسبة والالتزامات القانونية.

ثانياً - تحليل ومناقشة المقابلة مع المسؤولين

اعتبرت المقابلة مع كوسيلة لتحديد أهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مسؤولي الوكالة كذلك تحديد توجههم نحو هذه الممارسات ومدى استعدادهم لتوجيه الشباب المستثمر طالبي القروض سواء عن طريق توكيف المشروع في حالت تضاربه مع احد أبعاد المسؤولية الاجتماعية او عن طريق التوعية عبر برامج التكوين المقدمة لهم. فمن خلال ما تم الكشف عنه أثناء المقابلة يتضح لنا أن هناك وعي كافي لمدى أهمية تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية و ما يحققه من منفعة و استدامة لكل من الوطن، الوكالة و صاحب المشروع ، إلا أن تطبيقها يبقى عبارة عن تطلعات مرحوة وقد عبر المسؤولون عن عدم قدرتهم عن ردع طالبي القروض من مخالفة بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية عن طريق رفض المشروع وخاصة البعد الاجتماعي و البعد البيئي أما فيما يخص البعد القانوني فأكد البعض على انه يمكن الوقوف عند هاته النقطين و هذا ما يخوله القانون لهم.

أما فيما يخص البعد الاجتماعي فقد أكد لنا احد المسؤولين انه لا يمكن رفض مشروع يمكن إن يتعارض مع المعايير الاجتماعية و الثقافية للمجتمع إذا كان القانون يسمح له بممارسة هذا النشاط، كما انه لا يمكن رفض مشروع قد يؤثر سلباً على محيط الأفراد أو يتسبب بالإزعاج لهم و عبر عن هذا الأمر بإعطائنا مثال تمحور حول (مقاولين النجارة) الذين يفتحون منشاتهم في مناطق سكنية وأكد أنهم يحصلون على الرخص لمزاولة النشاط من المصالح المعنية و بالتالي لا يمكن رفض طلب مشروعهم.

أما فيما يخص البعد البيئي فقد أكد لنا انه لا توجد هناك صلاحية لهم لرفض مشروع قد يؤثر سلبا على البيئة أو إلزام المستثمر على تحمل المسؤولية فيما يخص الأضرار التي تصيب البيئة من جراء النشاط الذي يمارسه، وان هناك جهات معنية تهتم بهذا المجال.

وقد تطرقنا في الجانب الثاني من المقابلة إلى نوعية التكوين المقدم للمقاولين الناشئين وما هي مكانة المسؤولية الاجتماعية في هذه الدورات التكوينية وهل يمكن صقل مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لهم من خلال هذه الدورات. من خلال المقابلة تم الكشف انه يتم إجراء الدورات التكوينية بصفة إجبارية للمستفيدين من القروض تدوم فترة التكوين أربعة أيام متتالية يتم فيها تدريب المستثمرين حسب الوحدات التي نصت عليها الوكالة الأم و التي تم ذكرها سابقا، وان عدد الأساتذة الماطرين يتكون من اثنان حيث أكد لنا احد الأساتذة الماطرين انه لا وجود للمسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين إلا أننا نحاول إدراجها بصفة غير مباشرة مع البرنامج نظرا لأهميتها و الفوائد التي تعود بها على كل من الوكالة و المستفيد نفسه، كما أكد لنا انه من الصعب صقل هذه المفاهيم من خلال دورة واحدة في هذا المجال.

ثالثا- تحليل نتائج الاستبيان الموجه لعمال الوكالة

سنتناول في هذه النقطة تحليل أهم النتائج المتوصل في عملية الاستبيان

1- تقييم الخصائص الشخصية للمستجوبين

هناك علاقة بين الخصائص الشخصية للمسؤولين كسنوات الخبرة ، الوظيفة التي يشغلها وبين دوره في صقل مفاهيم وممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب طالي القروض، لذلك خصصنا جزء من الاستقصاء يضم مجموعة من الأسئلة أردنا من خلالها استنتاج مدى تأثير هذه الخصائص على القرارات المتخذة بخصوص الممارسات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ومعرفة آرائهم حول دور التكوين في غرس هذه المفاهيم.

أ- علاقة الوظيفة الحالية وسنوات الخبرة بمدى اهتمام المؤسسة بممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية

يبين الجدول التالي توزيع المستجوبين حسب الوظيفة وسنوات الخبرة في الوكالة:

الجدول رقم (02): توزيع المستجوبين حسب الوظيفة

الوظيفة	العدد	سنوات الخبرة
مكلف بالإعلام	1	أكثر من عشر سنوات
مرافق رئيسي	1	ما بين سنة و خمس سنوات
مرافق	1	أكثر من عشر سنوات
إطار	04	ما بين ست سنوات و عشر سنوات
المجموع		07

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول التالي يتضح لنا أن العينة المستجوبة تميزت بتواجد أفراد ذوي مناصب وخبرات كافية تخولهم بتقديم إجابات ذات موضوعية و مصداقية تسمح لنا بإعطاء نتائج دقيقة لدراستنا.

ب- قياس مكانة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في دراسة المشاريع المعروضة أمام الوكالة

تمثل السؤال الأول في معرفة الأسس التي يتم من خلالها الموافقة على المشاريع المقدمة للوكالة، إذ تبين لنا من خلال الإجابات التي تحصلنا عليها أن الأغلبية اكدو على أن المردودية من المشروع أهم الأسس التي يجب أن يتضمنها المشروع للموافقة عليه، أما هناك من أكد على أن لم يكن المشروع ملي لحاجات ورغبات السوق فلا يمكن الموافقة عليه. وعليه يمكن القول بأنه تم التطرق إلى بعد واحد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية ألا وهو البعد الاقتصادي وتهيئ باقي الأبعاد. في حين تمثل السؤال الثاني في الأخذ بأبعاد المسؤولية الاجتماعية كأحد العناصر الأساسية للموافقة على المشروع تحديد البعد أكثر أهمية بالنسبة للوكالة و كانت الإجابات موزعة كالتالي:

الجدول رقم (03): يوضح أهمية أبعاد المسؤولية الاجتماعية للموافقة على المشروع

الأهمية	التكرارات	النسب
مهم	04	57%
غير مهم	03	43%
المجموع	07	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن 57% من المستجوبين عبرو عن أهمية إعطاء أبعاد المسؤولية الاجتماعية مكانة بشروط قبول المشروع وأن هذه الأبعاد تأخذ بعين الاعتبار خلال دراسة المشروع في حين عبر 43% من المستجوبين على أنه لا توجد أهمية لهذه الأبعاد و أنها لا تأخذ بعين الاعتبار في تقييم المشروع مبررين إجابتهم بأن الوكالة تهتم بتشغيل الفرد دون التطرق لهذه الأبعاد.

الجدول رقم (04): يوضح البعد الأكثر أهمية بالنسبة للمستولين للموافقة على المشروع.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	التكرارات
البعد الاقتصادي	04
البعد الاجتماعي	01
البعد القانوني	00
البعد البيئي	00
المجموع	05

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن أغلبية المستولين المستجوبين الذين يعطون أهمية للمسؤولية الاجتماعية يعتبرون أن البعد الاقتصادي هو البعد الوحيد الذي يعتبر مهم بالنسبة لهم، في حين أن هناك مسئول يعتبر انه بالإضافة مع البعد الاقتصادي لا بد من توفر البعد الاجتماعي للموافقة على المشروع. فمن خلال هذه النتائج يتضح لنا انه تم تهميش البعدين القانوني و البيئي للموافقة عن المشروع.

أما فيما يتعلق بالسؤال الثالث فقد تضمن مجموعة من الأسئلة للكشف عن ما إذا يتم التطرق لموضوع المسؤولية الاجتماعية مع طالب القرض أو تهميش هذا الجزء خلال المقابلة وقد تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (05): المواضيع المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية أثناء عرض المشروع على لجنة المداولات.

التكرارات	العبارة	البعد	
			لا
01	06	كيفية تلبية المشروع لرغبات وحاجات المستهلك المحلي	البعد الاقتصادي
02	05	كيفية تغطية التكاليف المستقبلية وسبل دفع القرض	
04	03	كيفية مراعاة المعايير الاجتماعية و الأخلاقية السائدة في المجتمع	البعد الاجتماعي
01	06	الخضوع للقوانين الموضوعة لأخذ و تسديد القرض	البعد القانوني
03	04	الالتزام بدفع الضرائب	
06	01	سبل معالجة الآثار السلبية التي سيتسبب بها المشروع	البعد البيئي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا الاهتمام بمناقشة البعد الاقتصادي مع طالب القرض أكثر أهمية من باقي الأبعاد ثم يليه البعد القانوني الذي اعتبره المسؤلون ذو أهمية ويجب التأكد من مخططات طالب القرض بالالتزام بهذا البعد. أما فيما يخص البعد الاجتماعي فهو لا يحظى بأهمية كبيرة لذلك لا يتم التطرق إليه بصفة دائمة، أما البعد البيئي فيعتبر مهمش كليا ولا يتم التطرق إليه.

2- تقييم البرامج التكوينية المقدمة للشباب المقترض

تم تخصيص جزء من الاستبيان للتعرف على محتوى البرامج التكوينية المقدمة للشباب المقترض وهل يتم التطرق لموضوع المسؤولية الاجتماعية في الدورات التكوينية، كذلك للتعرف إذا ما كانت هناك فائدة من هذه البرامج وهل يمكن توعية المقاولين الناشئين بأهمية تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية من خلالها. إذ جاء السؤال الأول على الصيغة التالية فيما تتمثل أهم محاور وأهداف التكوين؟ وكانت النتائج على النحو التالي:

اتفق الجميع على إن أهم محاور التكوين تمثلت في كيفية تسويق المنتجات و إلى كيفية تسديد الضرائب و القوانين التي يجب مراعاتها لتسديد القرض. أما فيما يخص أهداف التكوين فقد تمثل في هدف و حيد ألا وهو إحاطة المستثمر بكافة المفاهيم الأساسية لتسيير المشروع وضمان استدامته.

حيث تمثل السؤال الثاني من هذا المحور في معرفة مكانة المسؤولية الاجتماعية في البرنامج التكوينية المقدمة من طرف الوكالة و كانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (06): يوضح مكانة المسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين

تكرارات الإجابات	العبارة	
		لا
07	0	هل للمسؤولية الاجتماعية مكانة ببرامج التكوين

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا انه ليست هناك مكانة لتعريف المستثمرين بأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتهم.

أما فيما يخص السؤال الثالث و الأخير من المحور الثاني فكان بهدف معرفة آراء المسؤولين حول هذه البرامج التكوينية وهل من فائدة في توعية المقترضين لأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية داخل مؤسساتهم وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (07) تقييم المسؤولين لبرامج التكوين وتوعية المستثمرين بأهمية RSE

تكرارات الإجابات		العبارة
لا	نعم	
02	05	تعتبر برامج التكوين المقدمة للشباب ذات أهمية لتطوير مهارات الشباب المستثمر
02	05	توعية المستثمرين بأهمية المسؤولية الاجتماعية يعود بفائدة للوطن و الوكالة و المستثمر ذاته.

المصدر من إعداد الباحثين بالاستعانة بنتائج الاستبيان

من خلال نتائج المقدمة لنا من إجابات المسؤولين يمكن القول بان برامج التكوين ذات أهمية بالغة في تطوير مهارات المقاولين الناشئين من حيث القيادة وتسيير المشروع و بالتالي تحقيق الاستدامة للمؤسسة. أما فيما يتعلق بتوعية الشباب المستثمر بأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتهم فيرى الأغلبية أنها تعود بفائدة على كل من الوطن و الوكالة و المستثمر نفسه في حين عبر البقية القلة على أنها ما من فائدة منها.

الخاتمة

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الخاصة موضوع يصعب تطبيقه على أرض الواقع لكن بشكل عام يمكن القول أنها مسؤولية المقاول؛ فتبني المسؤولية الاجتماعية يرتكز بالدرجة الأولى على قناعاته و ما يتمتع به من سمات مبادراتية تؤمن بضرورة المساهمة في رقي المجتمع و تطوره وفق ما تمتلكه المؤسسة من موارد و إمكانيات، وهنا يبرز دور الوكالة الوطنية لتدعيم تشغيل الشباب في غرس و تنمية روح المبادرة لدى المقاولين المدعمن من طرف الوكالة . باعتبار الوكالة الوصي و المتبع الدائم للمقاولين الناشئين مما يخولها بأن تكون الجهة المعنية لبناء وغرس مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ضمن منظور إستراتيجي أكثر تنظيميا و فعالية ليضمن التوافق بين الأداء الاقتصادي و الأداء الاجتماعي و البيئي و القانوني والتي تمثل في مجملها أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي حددها كارول. فمن خلال نتائج الدراسة التي قمنا بها؛ يتضح لنا أن الوكالة لا تمارس الدور المنشود منها لا على صعيد منح القروض عند دراسة المشروع أو على صعيد التكوين المقدم للشباب المقاول و عليه ارتأينا إلى تقديم مجموعة من الاقتراحات والمتمثلة في:

- ✓ منح السلطة الكافية لممارسة المسؤولية الاجتماعية على الشباب المستثمر؛
- ✓ إعداد برامج تكوينية للمؤطرين بالوكالة قصد توعيتهم بأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية؛
- ✓ تضمين محور يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين؛
- ✓ متابعة الشباب المستثمر بصفة دائمة للممارسة هذه المفاهيم؛
- ✓ تحفيز المستثمرين لممارسة هذه المفاهيم بتقديم امتيازات لكل من يمارسها في مؤسسته؛

المراجع:

- ⁱ Archie B CAROLL and Kareem M SHABANA, the business casse for corporate social responsibility: a review of concepts research and practice, **international journal of management review**, Vol 12, No1, 2010, p89
- ⁱⁱ Archie B CAROLL, corporate social responsibility: evolution of a defitional construct, **business society**, USA, vol 38, no 3, 1999, p272
- ⁱⁱⁱ نصر الدين بن مسعود و محمد كنوش، واقع أهمية و قيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص3
- ^{iv} رمزي بوردجة، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على صورة المؤسسة، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 1 العدد 6، البلدة2، الجزائر، 2014، ص227
- ^v عنابي بن عيسى، فاطمة الزهرة عسول، إدارة السلوك الأخلاقي و المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص3
- ^{vi} رمزي بوردجة، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على الصورة الذهنية للمؤسسة من وجهة نظر المستهلكين-دراسة حالة عينة من المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البلدة 2، 2016، ص 186
- ^{vii} طاهر محسن منصور الغالي و صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، التحديات المعاصرة للإدارة العربية (القيادة الإبداعية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006، ص.ص218-219.
- ^{viii} jeme et souhie, **le developpement durable perçu les entreprises**, université paris 1 panthéon-serbonne, 2003, p45
- ^{ix} Archie B CARROLL, the pyramid of corporate social responsibility : toward moral management of organization stackholders, **Business horizons**, vol 34, no 4, 1991, p42
- ^x فلاق محمد، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال "دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2014، ص31
- ^{xi} <http://www.ansej.org.dz/> consulté le 26.04.2017 A 12 :00 H