

مستوى الإدراك التنظيمي لممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى عينة من العاملين
بمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

Level of organizational perception of social responsibility practices
among a sample of employees of a group of Algerian economic
institutions

دبلة فاتح¹، نويجي فاطمة الزهراء²

¹ جامعة محمد خيضر بسكرة، fateh.debla@univ-biskra.dz

² جامعة فرحات عباس سطيف، fatima.nouidji@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2021/05/ 11 تاريخ القبول: 2021/06/01 تاريخ النشر: 2021/12/12

ملخص: تهدف هذه الدراسة لمناقشة مستوى الإدراك التنظيمي لدى العاملين بمستوى الممارسات الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، كما تحاول اختبار إذا كانت هذه الممارسات تندرج ضمن المقاربة التطوعية التي يحكمها الإطار القيمي للمؤسسات أم أنها موجهة بفعل قوة التأثير الممارس عليها من الجهة المستفيدة (مساهمين، عمال، زبائن، مجتمع...). منهجية الدراسة كمية، اعتمدت على جمع بيانات أولية من 250 استبانة بحثية موزعة لعينة من العاملين بمجموعة من المؤسسات الاقتصادية، تم استرجاع 200 منها، وقد توصلت الدراسة لنتائج أهمها تفاوت الاهتمام بالممارسات الاجتماعية بين مختلف الفئات حسب موقع ومكانة كل جهة، وضعف التوجه التطوعي لممارسات المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الادراك التنظيمي، العاملين، المؤسسات الاقتصادية.

تصنيفات JEL: B24. E2

Abstract: The aim of this study is to discuss the employee's organizational perception of the level of social responsibility of Algerian economic enterprises, and whether if it is related to the voluntary approach that is governed by the value framework of enterprises or by the influence employed by the (shareholders, employers, clients, society). The methodology of this study is quantitative based on the collection of primary data from 250 questionnaires distributed to a sample of employees in a group of economic enterprises, of which 200 were retrieved. the findings of this study indicate that there is a disparity in interest in social practices among different groups according to their location. Therefore, a weakness of the voluntary orientation is still characterizing the social responsibility practices.

Keywords: social responsibility, organizational perception, employees, economic enterprises.

Jel Classification Codes: B24. E2

المؤلف المرسل: نويجي فاطمة الزهراء، الإيميل: fatima.nouidji@yahoo.com

1. مقدمة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تغييرات مستمرة وتطورا في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية، ولاشك أن التحولات الاقتصادية العميقة الحاصلة في بيئة الأعمال انعكست آثارها على المؤسسات وفرضت عليها أن تكون أكثر تنافسية، الأمر الذي استلزم البحث عن السبل التي تساعد في تحسين أدائها وتعزيز قدرتها التنافسية، حيث أدركت هاته المؤسسات ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية إلى نشاطات تتعلق بأصحاب المصالح، أخذا بعين الاعتبار توقعات شرائح المجتمع المختلفة والبيئة التي تعمل بها في إطار ما يسمى "بالمسؤولية الاجتماعية والمجتمعية".

❖ مشكلة الدراسة

تعمل المؤسسات اليوم جاهدة على دمج الاهتمامات الاجتماعية والمجتمعية في استراتيجياتها بغية الوصول إلى تحقيق السبق على منافسيها وضمان استمراريتها، فاستعادة المؤسسات لدورها الاجتماعي سيقضي اهتمامها بكل الجوانب التي تمس المجتمع بما في ذلك التعليم والثقافة والبيئة والموارد البشرية، من أجل تحسين صورتها في المجتمع ومحاولة الابتعاد عن دائرة المساءلة من طرف الجهات التي تتبنى حماية المجتمع. وكما هو معلوم فإن الشركات والمؤسسات الاقتصادية تلعب اليوم دورا لا يستهان به على الصعيد الاجتماعي وذلك استكمالا لدورها الاقتصادي التقليدي المتمثل في البحث الربح والذي لم يعد كافيا من وجهة نظر الكثير من الأطراف المتعاقدة مع المؤسسة التي تنامي مستوى وعيها وازدادت معه مطالبها واتسعت معه دائرة اهتماماتها. فكيف يمكن لها أن توافق بين هذين الهدفين رغم التعارض الذي قد يبدو ملازما لطبيعتيهما المختلفة؟ إلى أي درجة من التكامل هي اليوم حصيلة ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟ هل تقع ممارسات المؤسسات الاجتماعية ضمن إطار قيمي تطوعي أم تحت قوة التأثير الممارسة من الأطراف المتعاقدة مع المؤسسة (مساهمين، عمال، عملاء مجتمع وبيئة)؟ واخيرا الى أي مدى هو مستوى ادراك العاملين

بالمؤسسات الاقتصادية لممارسات المسؤولية الاجتماعية التي تقدمها مؤسساتهم ولحجم التكاليف والأعباء التي ترافقها؟

❖ تساؤلات الدراسة

انطلاقا مما سبق وبناء على الإشكالية المطروحة ومن أجل فهم الموضوع أكثر يمكننا طرح التساؤلات التالية:

1. ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية؟ وما هي أهميتها ومبادئها؟
2. ما مستوإدراك العاملين لممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟
3. إلى أي مدى يشكل البعد التطوعي محورا موجها للمسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسات الجزائرية؟

❖ فرضيات الدراسة

تشكل الفرضية اجابة وقتية محتملة وتخمين نظري مسبق حول الممارسات الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية بحيث تكون منطقية وسهلة وقابلة للاختبار، تحاول الدراسة اختبار ومناقشة الفرضية الرئيسية التالية: هنالك ادراك قوي من طرف العاملين بالمؤسسات الاقتصادية نحو ممارسات المؤسسات الاقتصادية تحت تأثير الأطراف المتعاقدة مع المؤسسات بحيث تمارس ضغطا عليها لتوجيه ممارساتها الاجتماعية بما يعني أنها لا تقوم بالقدر الكافي من العمل الاجتماعي التطوعي إلا في حدود الضغط الممارس عليها.

❖ أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

1. تحديد المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية وأهميتها والمبادئ التي تقوم عليها.
2. استعراض واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية ومدى نجاحها في تطبيقها.
3. مناقشة مستوى وطبيعة ادراك العاملين لممارسات المسؤولية الاجتماعية من طرف مؤسساتهم.

2. الإطار النظري للدراسة

1.2 المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

اختلفت المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات باختلاف الزوايا التي تنظر إليها، ونظرا لحدائة هذا المفهوم لم يكن هناك اتفاق عام حوله ومن بين أهم هذه التعريفات نجد ما يلي:

- عرفها البنك الدولي على أنها التزام بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آنٍ واحد. (Capron. M et Françoise.Q, 2007, p23).

- عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة على أنها التزام مستمر من قبل الشركات على التصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع ضرورة تحسين نوعية الحياة للقوى العاملة والمجتمع المحلي قصد تحقيق تنمية مستدامة. (The social role of business, , 2010, p6)

- كما عرفتها المنظمة العالمية للمعايير بأنها : تحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع والمحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة.

- وأكدت الغرفة التجارية العالمية على أن المسؤولية الاجتماعية هي جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية ، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا ، فهي تتحقق بالإقناع والتعليم. (حسين الاسرج، 2010، ص 03)

- في حين يعرفها بعض المهتمين والمتخصصين أمثال Grond على أنها الانتقال من ذلك المفهوم الفلسفي إلى مفهوم أدق يشمل جل العوامل التي يمكنها تحقيق التنمية المستدامة دوم التضحية بالأداء الاقتصادي للشركة. (Grond J P , 2003).

- كما عرفت من طرف Christine على أنها الطرق التي بواسطتها تسعى الشركة إلى التواصل مع المجتمع الذي تعمل فيه ومواءمة قيمها وسلوكها مع تلك الجهات المعنية من أصحاب المصالح والتي تشمل الموظفين والعملاء والموردين والحكومة والبيئة والمجتمع ككل. (Christine A Mallin , 2009, p1)

- أيضا عرفها David على أنها النشاطات التي من خلالها يمكن للشركات دمج نشاطاتها الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وتفاعلها بذلك مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي. (David crowther&Guler Aras , 2008. p 11)

- وعرفها فيليب Philip Kotler و Nancy Lee لي بأنها التزام بتحسين رفاهية المجتمع من خلال ممارسات أعمال اختيارية تقديرية ومساهمات بالموارد المؤسسية. (فيليب كوتلر و نانسي لي ، 2011 ، ص 9)

بناء على ما سبق ونظرا لتعدد التعريفات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية يتضح لنا أن هذه التعاريف قد تباينت في محتواها ، ومضامينها والجوانب التي تم التركيز عليها، وإن اشتركت في هدف أو أكثر ، وعليه يمكن إعطاء تعريف شامل لها وهذا باعتبارها مجموعة القرارات والأفعال التي تتخذها الشركة للوصول إلى الأهداف المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة الشركة والساعية إلى تحقيقها كجزء من إستراتيجيتها.

2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية

لا شك أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية تعود بالنفع على المنظمات ككل وكذلك المجتمع والدولة، يمكن تحليل أهمية ذلك من خلال: (فاطمة الزهراء نويجي، 2019، ص 81)

<ul style="list-style-type: none"> ▪ يؤدي الاندماج في الممارسات الاجتماعية إلى تحسين صورة الشركة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال، باعتبارها مبادرات طوعية اتجاه المجتمع. ▪ من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف . ▪ تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع ، كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبنيها. 	<p><u>بالنسبة للشركة</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة. ▪ تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع. ▪ ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين الشركات ومختلف الفئات ذات المصلحة. ▪ الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف وانتشار الوعي الاجتماعي وهذا ما يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية. ▪ زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع ، مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وقلبي التاهيل . 	<p><u>بالنسبة للمجتمع</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية . ▪ المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها قادرة على القيام بأعبائها بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا المجال. ▪ تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها الصحية، الثقافية 	<p><u>بالنسبة للدولة</u></p>

بالإضافة إلى ذلك و في ظل تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، يثور التساؤل حول الأسباب التي تشجع المنظمات على الالتزام بهذه المسؤولية خاصة في ضوء ماتنطوي عليه من أعباء مالية ومادية. وتشير التجارب الدولية إلى أن أهمية تبني الدور الاجتماعي يتمثل في تحسين الاداء المالي بصورة رئيسية. فالبحوث التي أجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات قد بينت وجود صلة حقيقية بين الممارسات المسؤولية اجتماعياً للشركات والأداء المالي الإيجابي. منها مثلاً، تخفيض تكاليف التشغيل، تحسين سمعة الشركات، تعزيز المبيعات و ولاء العملاء، زيادة الإنتاجية والجودة، زيادة القدرة على جذب الموظفين و الاحتفاظ بهم (مولاي لخضر عبد الرزاق، بوزيد سايح، 2011، ص ص 9، 10). كما يوجز البعض أهمية المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية: (طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي ، 2007، ص526.) : زيادة التكافل الاجتماعي بين شرائح المجتمع وإيجاد شعور بالانتماء من قبل الأفراد والفئات المختلفة، تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر مستوى من العدالة الاجتماعية، تحسين نوعية الحياة في المجتمع، تحسين التنمية السياسية انطلاقاً من زيادة مستوى التنقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والشركات، تساهم في تعزيز صورة الشركة بالمجتمع، وبالتالي مردودات إيجابية لها وللعاملين فيها.. الخ.

كما يمكن ذكر المزيد من العناصر التي تمثل أهمية وهي ما يبنى عليه مشجعو المسؤولية الاجتماعية بالشركة حجتهم وهي: (نجم عبود نجم، 2006، ص 214)

توقعات الجمهور:	■ الاهتمامات الاجتماعية للشركة تدعم الأهداف الاقتصادية.
الأرباح طويلة الأمد:	■ إن الأعمال المسؤولة اجتماعياً تميل لأن تكون أكثر ضماناً لتحقيق الأرباح طويلة الأمد، وهذه نتيجة لطبيعة العلاقة الجيدة مع المجتمع وتحسن صورتها لدى الجمهور.
الالتزام الأخلاقي:	■ مراعاة ما هو الصواب من الخطأ في كل نشاطاتها.
الصورة الذهنية للجمهور:	■ إضافة هدف إرضاء الجمهور لكسب ثقة وولاء أكبر فئة من المجتمع .
البيئة الأفضل:	■ التزامها بحل المشكلات الاجتماعية الصعبة من أجل توفير حياة أفضل ومستويات استقرار أفضل للمجتمع.
عدم تشجيع صدور لوائح حكومية:	■ والتي من شأنها أن تكلف المنظمة والتزامها بالمسؤولية يجنبها هذه التكاليف.

الموازنة المسؤولية والقوة: بين	■ متابعة الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية أي إعطاء الصورة الحسنة عن أعمال الشركة .
امتلاك الموارد:	■ إن الأعمال تمكن من امتلاك الموارد المالية والمادية التي تقدم الدعم الاجتماعي والمشروعات الحسنة للمجتمع.
تفوق الوقاية على العلاج:	■ من خلال دورها في حل المشكلات في وقتها قبل أن تتفاقم وتصبح مكلفة أصعب الحل.

3. أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لم تجتمع آراء المفكرين على مجموعة معينة من مجالات المسؤولية الاجتماعية فقد تباينت واختلقت الآراء حولها وهذا حسب بيئة الدراسة وزمنها، وإجمالاً يمكن اعتماد أهم العناصر المؤثرة:

1.3. المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين: تعد فئة المساهمين فئة مهمة من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المؤسسة، ففي معظم المؤسسات يعد خلق القيمة للمساهم في قائمة الاهتمامات، فعندما يفكر المستثمر في شراء أسهم مؤسسة انه يدرس موقفها المالي من حيث المكسب و الخسارة. وتكمن مسؤولية المؤسسة تجاههم إذا في تحقيق أقصى ربح، تعظيم قيمة السهم، زيادة حجم المبيعات، وهذا لا يتحقق إلا إذا كانت ملتزمة اجتماعياً فتكون قوائمها المالية صادقة يمكن الاعتماد عليها، أما المؤسسة التي تخدع المستثمرين بتقديم بيانات مالية كاذبة فإنه يقلل من فرص جذب المساهمين و المستثمرين وهو يقلل من فرص توسع المؤسسة وإدخال منتجات جديدة أو دخول أسواق جديدة.

2.3. المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء

يشمل الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق رضا المستهلك، والمحافظة على الرضا كالأهتمام بزيادة أمان المنتج، الصدق في الإعلان، توفير البيانات اللازمة عن المنتج من حيث طريقة الاستخدام وحدودها والمخاطر المرتبطة ومدة صلاحية الاستخدام. (لاميا عماني وآخرون، 2017، ص 19). كما يمكن اعتبار المسؤولية الاجتماعية تجاه كل من الموظفين، البيئة والمجتمع المحلي تكمن في: (Perks, R. W. 1993, p 595-612)

- الموظفون / الموارد البشرية (صحة وأمن العمال، تدريب العمال، نشاطات ذات صلة)
- البيئة (مكافحة التلوث، الأضرار البيئية، الحفاظ على الموارد الطبيعية، معلومات بيئية أخرى، معلومات أخرى عن الطاقة)

- خدمة المجتمع (نشاطات اجتماعية، نشاطات متعلقة بالصحة، التربية والتعليم والفنون، نشاطات اجتماعية أخرى).

4. الإطار العملي للدراسة

1. منهجية الدراسة

تتدرج الدراسة ضمن إطار المنهج الوصفي الذي يهدف لشرح ظاهرة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية ومحاولة الوقوف على القوانين الداخلية التي تحكم ممارستها، بينما تتم الدراسة في إطار مقارنة هجينة ليست فقط استنتاجية وإنما تستدعي كذلك محاولة الفهم عن طريق التفسيرات الذاتية التي يقدمها أفراد عينة الدراسة حول الظاهرة المدروسة. وقد تمت عملية جمع البيانات من مصادرها الأولية التي اعتمدت بصورة أساسية على استبانة بحثية موجهة لمجموعة من العاملين بالمؤسسات الاقتصادية في مختلف أرجاء الوطن. ويهدف هذا الاستبيان إلى استقصاء واقع ومستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية، وبعد ذلك تم تحليل البيانات بمساعدة البرنامج الإحصائي SPSS V.18.

1. مجتمع وعينة الدراسة

اعتمدنا على أسلوب العينة العشوائية في اختيار العينة المستهدفة من هذه المؤسسات، فكانت العينة عبارة عن العاملين في شتى المستويات الإدارية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية سواء أكانت خاصة أو عامة، وبالتحديد في الولايات التالية (بسكرة، وادي سوف، باتنة، برج بوعريش، سطيف، الشلف، غليزان). تم توزيع الاستبيان (250) خلال شهر نوفمبر 2018 استرجعت منها 200 استبيان صالح للتحليل أي بنسبة استرداد بلغت 80%.

2. نتائج الدراسة

■ نتائج الإحصاء الوصفي لعينة الدراسة

يعرض الجدول خصائص عينة الدراسة حسب كل من الجنس، العمر، المستوى التعليمي وسنوات الخبرة.

الجدول رقم (1-4): توزيع أفراد العينة وفقا لمعيار الجنس، العمر، المستوى التعليمي، والخبرة العملية

جدول 01.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	158	79%

مستوى الإدراك التنظيمي لممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى عينة من العاملين بمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

أنثى	42	21%
المجموع	200	100.0%

جدول 02.

النسبة المئوية	التكرار	فئات العمر
17%	34	أقل من 30 سنة
78.5%	157	بين 30 و50 سنة
4.5%	09	أكثر من 50 سنة
100.0%	200	المجموع

جدول 03.

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
39%	78	أقل من 05 سنوات
29%	58	من 05 إلى 10 سنة
19%	38	من 11 إلى 15 سنة
13%	26	أكثر من 15 سنة
100%	200	المجموع

الجدول 04.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
20%	40	دون الجامعة
72.5%	145	جامعي
7.5%	15	دراسات عليا
100%	200	المجموع

المصدر (الجدول من 4-1): من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات باستخدام برنامج

SPSS V.18

شملت عينة الدراسة 200 عامل، 21% من المجيبين كانت من نصيب الإناث وهي النسبة الأقل، أما الذكور فيمثلون 79%. كما أن أغلبية أعمار الموظفين المستجوبين كانت ما بين 30-50 سنة، حيث يمثل عددهم 78.5% من المجيبين على الاستبيان، تليها نسبة العاملين الذين أعمارهم أقل من 30 سنة إذ بلغت نسبتهم 17%، في حين بلغت نسبة الموظفين الذين أعمارهم أكثر من 50 سنة بلغت 4.5%، أما بالنسبة لخصائص العينة حسب الخبرة المهنية فكانت النسبة 39% من العاملين في المؤسسات المدروسة ذوي خبرة أقل من 05 سنوات، بينما الذين خبرتهم من 05 سنة إلى 10 سنوات بلغت النسبة 29%، ثم تليها سنوات الخبرة من 11 إلى 15 سنة بنسبة 19%، أما ذوي سنوات الخبرة أكثر من 15 سنة بنسبة 13% وهي النسبة الأقل. أما فيما يخص توزيع العينة حسب المستوى التعليمي فكانت نسبة حملة الشهادات الجامعية 72.5% من إجمالي أفراد العينة، وبلغت نسبة من لديهم مستوى دون الجامعة بـ 20%، وتعتبر اضعف نسبة للدارسين في الدراسات العليا بنسبة 7.5%.

■ صدقوثباتأداة القياس:

تم عرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على المحكمين لاختبار صدق المحتوى، ولقياس درجة الثقة الداخلية ومدى ثبات الأداة تم الاعتماد على مقياس ألفا كرونباخ لقياس الاتساق الداخلي وقد كانت النتيجة (0.906) وهي نسبة جيدة ومقبولة جدا.

3. عرض وتحليل نتائج الدراسة

- النتائج المتعلقة بمدى إدراك أفراد عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المبحوثة.

الجدول رقم (1.5): آراء المبحوثين حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في المؤسسات عينة البحث

العنصر	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
1	المسؤولية الاجتماعية مجموعة من الأنشطة والمبادرات الخيرية التي تقدمها المؤسسة للمجتمع المحلي.	3,35	1,186	متوسط
2	تمثل المسؤولية الاجتماعية التزام المؤسسة التام بحقوق عمالها واحترام قوانين البيئة.	3,78	1,041	مرتفع
3	المسؤولية الاجتماعية تعبر عن مجموعة من الاستثمارات المالية والاجتماعية التي تدر منافع على المؤسسة.	3,47	1,186	مرتفع
4	المسؤولية الاجتماعية هي التزام بأخلاقيات الأعمال وبمواثيق العمل	3,70	1,041	مرتفع
5	المسؤولية الاجتماعية هي التزام بالممارسات الشرعية التي تعود بالفائدة على المؤسسة.	3,66	1,068	مرتفع
6	تعد المسؤولية الاجتماعية ضرورية بالنسبة للمؤسسة لتحقيق الربح .	3,66	1,118	مرتفع
7	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من شأنه تحسين صورة المؤسسة وسمعتها في المجتمع المحلي	3,99	1,044	مرتفع
8	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من شأنه تحسين العلاقة مع المجتمع والحكومة.	3,87	1,004	مرتفع
9	تقدم المؤسسة هبات ومساعدات مالية وإنسانية للفقراء والمحتاجين من أبناء المجتمع المحلي	3,37	1,297	متوسط

مستوى الإدراك التنظيمي لممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى عينة من العاملين بمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

مرتفع	1,218	3,45	تلتزم المؤسسة ببذل كافة الجهود للقضاء على ظاهرة البطالة	10
توسط	1,195	3,36	تلتزم المؤسسة ببذل كافة الجهود اللازمة للقضاء على مشكلة الإسكان، التلوث.	11
مرتفع	0,770	3,604	المتوسط العام	

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الإحصائية SPSS V.18

يعرض الجدول تشخيص لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها لدى عينة الدراسة، إذ أن قيمة المتوسط الحسابي 3.604 وهي بالتالي مرتفعة، إذ نلاحظ أن هناك وعي كبير لمفهوم المسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية باعتبارها التزام يعود عليها بالفائدة من خلال تحسين صورتها وميزتها التنافسية. نظريا يكاد يكون هناك إدراك جماعي لأهمية الممارسات الاجتماعية والأخذ بها والعوائد التي تستفيد منها المؤسسة كذلك انطلاقا من سعيها لخدمة العاملين لديها وبقية الأطراف ذوات المصلحة.

- النتائج المتعلقة بمستوى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المبحوثة.

يعرض الجدول الموالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل بعد من أبعاد الدراسة:

- التحليل الإحصائي الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المسؤولية تجاه المساهمين

العنصر	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	تعمل إدارة المؤسسة على إرضاء جميع متطلبات مساهميها.	3,64	مرتفع	مرتفع
02	تهتم المؤسسة بتعظيم أرباح المساهمين وزيادة حجم المبيعات وحماية أصولها.	3,78	1,085	مرتفع
03	تسعى المؤسسة لتحقيق التوازن بين احتياجاتها واحتياجات المساهمين.	3,80	0,987	مرتفع
04	تعمل المؤسسة على تحسين سمعتها لجذب المساهمين	3,71	1,176	مرتفع

فاتح دبلة ، فاطمة الزهراء نويجي

مرتفع	0,870	3,733	المسؤولية تجاه المساهمين
-------	-------	-------	--------------------------

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الإحصائية SPSS V.18

يتضح من الجدول أن واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المبحوثة تجاه المساهمين كان مرتفعا حيث بلغ المتوسط العام (3,733) وانحراف معياري قدره (0,870). منطقيا تتفق نتائج هذا البعد مع التوجه الاقتصادي النفعي للمؤسسة اتجاه مساهميتها ومنشئي الثروة لديها، سواء تعلق الأمر بحكم القوانين التي تجمعهم أو بحكم التعاقدات التبادلية التي تخدم مصالح كليهما.

• التحليل الإحصائي الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المسؤولية تجاه العاملين

الغذ صر	العبرة	المتو سط الحسا بي	الانحرا ف المعيار ي	مستوى الاجابة
01	تقدم المؤسسة أجورا عادلة للعاملين حسب الجهود المبذولة.	3,21	1,294	متوسط
02	يتم بتدريب العاملين في مختلف المستويات الإدارية بغرض الرفع من مستواهم العملي.	3,50	1,169	مرتفع
03	تمنح المكافآت بطريقة عادلة بين الموظفين.	3,30	1,161	متوسط
04	توفر المؤسسة الرعاية الصحية والحماية من الأخطار للعاملين.	3,71	0,949	مرتفع
05	فرص الترقية متاحة بالمؤسسة	3,46	1,120	مرتفع
06	الترقبات تتم وفق أسس عادلة	3,13	1,318	متوسط
07	تقدم المؤسسة خدمات اجتماعية كوسائل النقل، رحلات، الحج والعمرة.	3,39	1,219	متوسط
08	تقدم المؤسسة أجورا عادلة للعاملين حسب الجهود المبذولة.	3,23	1,387	متوسط
	المسؤولية تجاه العاملين	3,36 5	0,833	متوسط

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الإحصائية SPSS V.18

يتضح من الجدول أن واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المبحوثة تجاه العاملين كان متوسطا حيث بلغ المتوسط العام (3,365) وانحراف معياري قدره (0,833). بالمقارنة مع نتائج البعد الذي قبله، أي باتجاه المساهمين،

يبدو ان ممارسات المسؤولية الاجتماعية باتجاه العاملين أقل وبالتالي فهي تتأثر بقوة التأثير التي تمارسها الأطراف المتعاقدة مع المؤسسة، يعني ذلك أن المؤسسات أقرب للإستراتيجية المفروضة عليها وليس كونها تتم طواعية من منطلق قيم المؤسسات في حد ذاتها.

- التحليل الإحصائي الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المسؤولية تجاه العملاء

العنصر	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	تقوم المؤسسة بتقديم منتجات ذات جودة عالية لعملائها.	4,10	1,068	مرتفع
02	تدفع المؤسسة تعويضات عن أي عيب في المنتج أو ضرر يلحق بالمستهلك.	3,87	0,910	مرتفع
03	تلتزم المؤسسة بتنفيذ الاتفاقيات التي تبرمها مع عملائها.	4,07	0,838	مرتفع
04	تقدم المؤسسة منتجات تلي رغبات واحتياجات الزبائن.	4,15	0,775	مرتفع
05	تعرف المؤسسة الزبائن بخصائص المنتج، طرق ومجالات استخدامه.	3,96	0,981	مرتفع
06	تهتم المؤسسة بإقامة علاقات طيبة مع عملائها.	3,80	1,051	مرتفع
07	تهتم المؤسسة بشكاوى العملاء والعمل على حلها بصورة عاجلة.	3,89	0,993	مرتفع
08	يراعى الجانب الأخلاقي في ترويج منتجات المؤسسة.	4,05	0,876	مرتفع
	المسؤولية تجاه العملاء	3,985	0,653	مرتفع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الإحصائية SPSS V.18

يتضح من الجدول أن واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المبحوثة تجاه العملاء كان مرتفعا حيث بلغ المتوسط العام (3,985) وانحراف معياري قدره (0,653). المقاربة المتجهة نحو العملاء تعبر أيضا عن فرضية قوة التأثير المحتملة للأطراف المتعاقدة مع المؤسسة، وبالتالي يظهر هنا أيضا اهتمام مرتفع بالممارسات نحو الزبائن كونهم يشكلون حلقة هامة في نشاط ورؤية المؤسسة.

- التحليل الإحصائي الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المسؤولية تجاه المجتمع

العنصر	العبارة	المتوسط	الانحراف	مستوى
--------	---------	---------	----------	-------

فاتح دبللة ، فاطمة الزهراء نويجي

الإجابة	المعياري	الحسابي	
مرتفع	1,102	3,54	تساهم المؤسسة في التقليل من مشكل البطالة بالمجتمع.
متوسط	1,214	3,32	تساهم المؤسسة بإنشاء مراكز تعليمية، صحية.
متوسط	1,248	3,25	تخصص المؤسسة نسبة معقولة في التوظيف لذوي الاحتياجات الخاصة.
مرتفع	1,040	3,55	تقدم المؤسسة المعلومات الكافية حول نشاطها وممارساتها الاجتماعية.
متوسط	1,205	3,21	تقدم المؤسسة تبرعات لفائدة المشاريع الخيرية (دور المسنين، مراكز الطفولة).
متوسط	1,244	3,28	تساهم المؤسسة بشكل كبير في دعم الهيئات التي تقوم بنشاطات ثقافية وتوعية مثل عيد الشجرة.
متوسط	1,260	3,20	تخصص المؤسسة جزء من أرباحها لفئات ذوي الاحتياجات الخاصة.
متوسط	1,147	3,03	تساهم المؤسسة في مناسبات المجتمع المحلي مثل عيد الاستقلال.
متوسط	1,244	3,18	تقوم المؤسسة برعاية الأنشطة الرياضية والاجتماعية.
متوسط	0,827	3,285	المسؤولية تجاه المجتمع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الإحصائية

SPSS V.18

يتضح من الجدول أن واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المبحوثة تجاه المجتمع كان متوسطا حيث بلغ المتوسط العام (3,285) وانحراف معياري قدره (0,827). هنالك تفاوت في نتائج هذا البعد بين مرتفع ومتوسط وهذا أيضا يدعم الفرضية الرئيسية حول قوة تأثير الجهة المتعاقدة مع المؤسسة، فالمجتمع بكل مكوناته يتفاوت من ناحية التأثير فجمعيات حماية المستهلك والبيئة قد تشكل ضغطا أقوى على استراتيجية المؤسسة من بقية أفراد المجتمع الأخرى.

• التحليل الإحصائي الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المسؤولية تجاه البيئة

العند صر	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	تهتم المؤسسة بالحد من التلوث البيئي.	3,84	0,996	مرتفع

02	تتبع المؤسسة أساليب حديثة في تصميم منتجات خضراء (منتجات صديقة للبيئة).	3,85	0,965	مرتفع
03	تقوم المؤسسة بحملات إرشادية للمحافظة على حماية البيئة.	3,63	1,081	مرتفع
04	تقوم المؤسسة بالاستخدام الأمثل الطبيعية خاصة الغير متجددة منها.	3,75	1,069	مرتفع
05	التخلص من النفايات ومخلفات الإنتاج في أماكنها المخصصة.	3,84	0,943	مرتفع
06	تستعمل المؤسسة مواد تغليف مناسبة لا تلحق الضرر بالبيئة.	3,81	0,914	مرتفع
07	تعمل المؤسسة على تقديم الدعم للجمعيات التي تهدف إلى تحسين البيئة.	3,66	1,128	مرتفع
08	تعقد المؤسسة ندوات ومؤتمرات لفائدة العمال بهدف نشر الوعي البيئي.	3,69	1,090	مرتفع
	المسؤولية تجاه البيئة	3,758	0,798	مرتفع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الإحصائية SPSS V.18

يتضح من الجدول أن واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المبحوثة تجاه المجتمع كان مرتفعا حيث بلغ المتوسط العام (3,758) وانحراف معياري قدره (0,798). نفس الملاحظة مع النتيجة السابقة، هنالك محاولات حثيثة ورقابة من مختلف الهيئات العمومية اتجاه حماية البيئة والالتزام بالقوانين الضابطة لممارسات المؤسسات اتجاهها ولذلك تتجه ممارسات المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة الى الأفضل.

مناقشة النتائج:

- بلغ المتوسط العام (3,625) وكانت أهميته مرتفعة حسب سلم الأهمية بانحراف معياري قدره (0,532). كما يتضح من الجدول أن المسؤولية تجاه العملاء جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3,985) وانحراف معياري (0,653)، ثم تليها المسؤولية تجاه البيئة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3,758) وانحراف معياري (0,798)، أما المرتبة الثالثة فكانت المسؤولية تجاه المساهمين بمتوسط حسابي (3,733) وانحراف معياري (0,870)، ثم المسؤولية تجاه العاملين في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3,365) وانحراف معياري (0,833). بينما احتلت المرتبة الأخيرة

والخامسة المسؤولية تجاه المجتمع بمتوسط حسابي (3,285) وانحراف معياري (0,827).

- مستوياً اكير ترفع، وهو ما يعني وجود حد من المعلومات تحول مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
- تفاوت في ممارسات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لابعاد المسؤولية الاجتماعية اتجاه كل من المساهمين والعاملين والعملاء، والمجتمع والبيئة.
- ممارسات المؤسسات الاقتصادية اجتماعياً ليست بالمستوى الذي تطمح إليه الأطراف المتعاقدة مع المؤسسة بالحد الذي تصبح فيه هذه الممارسات جزءاً من القيم الموجهة للسلوك الاقتصادي بشكل تطوعي وتلقائي.

توصيات الدراسة: ما سبق يمكن تقديم التوصيات الرئيسية التالية:

- ضرورة تشجيع الممارسات الاجتماعية والمجتمعية الإيجابية والمبادرات التطوعية للمؤسسات.
- تقديم حوافز ضريبية واقتصادية للمؤسسات المنخرطة في برامج واضحة للمسؤولية الاجتماعية.
- نشر الوعي بضرورة تبني ممارسات اجتماعية ومجتمعية من طرف المؤسسات الاقتصادية.
- تطبيق اللوائح الوطنية والقوانين والقواعد التي تضمن أفضل الممارسات المتعلقة بالصحة والسلامة المهنية والبيئية.
- تحديد ورصد التأثيرات البيئية المرتبطة بنشاط الشركة، منتجاتها والخدمات التي تقدمها من أجل ترك انطباع إيجابي في مجال البيئة والطبيعة.

قائمة المراجع:

- حسين الأسرج. (2010). المسؤولية الاجتماعية للشركات، المعهد العربي للتخطيط، مجلة جسر التنمية، العدد 90، الكويت.
- فيليب كوتلر و نانسي لي. (2011)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، ترجمة: علاء أحمد إصلاح، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر.
- مولاي لخضر عبد الرزاق، بوزيد سايح. (2011). دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي حول: الاقتصاد الإسلامي، الواقع.. ورهانات المستقبل، المركز الجامعي بغرداية، يومي 23-24 فيفري.

- طاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي إدريس، (2007). الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.
- نجم عبود نجم . (2006). أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى.
- صالح السحيباني . (2009). المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية "حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية" ، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية و التقييم والاستشراف ، بيروت ، الجمهورية اللبنانية.
- أحمد مندور وأحمد رمضان نعمة الله . (1995). اقتصاديات الموارد والبيئة ، مؤسسة شباب الجامعة ، القاهرة.
- لأميا عماني واخرون . (2017). المسؤولية الاجتماعية مصدر لخلق القيمة المشتركة وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، يومي 6 و 7 ديسمبر.
- فاطمة الزهراء نويجي، (2019)، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على مجموعة من المؤسسات الجزائرية، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- Capron Michel et Françoise Quairel-Lanoizelée. (2007). La responsabilité d'entreprise, éditions la découverte, Paris.
- The social role of business, New Zealand business council for sustainable development, December (2010).
- Grond J P (2003) La prise en compte du concept de la responsabilité sociale" groupe de travail ORSE, Juin.
- Christine A Mallin. (2009). Corporate social Responsibility: A case study Approach, MGP Books Group, UK.
- David crowther& Guler Aras. (2008). Corporate social responsibility, De Montfort University, UK.
- Perks, R. W. (1993) Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. Accounting, Organizations and Society.